Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8270455
Centre d'intérêt: 81

Québec (Province) Direction générale de l'éducation des adultes.

Concepts économiques et indications pédagogiques à l'intention des animateurs du jeu de PIC / Ministère de l'éducation, Direction générale de l'éducation des adultes. -- [Québec] : La Direction, 1981.
v, 100 p. : graph. ; 28 cm.

"La présente édition constitue une nouvelle présentation, préparée par Jules Desrosiers, d'un document diffusé en 1980 par l'Equipe d'aide au développement de la Direction générale de l'éducation des adultes..." -- P. iii.

Cote Dewey: 330.07/03c Cote LC: H/62

Descripteur(s): *Education économique *Education du consommateur *Initiation socio-économique *Simulation *Jeu *Consommateur *Matériel didactique *Education des adultes

Identificateur(s) de sujet: *PIC (Jeu)

Conçu par le ministère de l'Education, le jeu de PIC (Prix, Inflation, Consommation) est une simulation de la vie économique de la société destinée à l'éducation des adultes. Il vise à faire vivre des phénomènes économiques à un groupe de personnes, leur fournissant ainsi une expérience sur laquelle ils peuvent réfléchir, avec l'aide des animateurs. Le document se veut un complément à la formation des animateurs et au ##Guide de l'animateur## (DGEA, 1979). Il présente une série de 28 concepts économiques pour lesquels il fournit une définition ainsi que des remarques pédagogiques (public cible, interventions suggérées, etc.).

Type de document: d
Auteur de l'analyse: jr

E D U Q 8270455

545

CONCEPTS ECONOMIQUES ET INDICATIONS PEDAGOGIQUES A L'INTENTION DES ANIMATEURS DU JEU DE PIC

Novembre 1981

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation
Direction générale
de l'éducation des adultes

CONCEPTS ECONOMIQUES ET INDICATIONS PEDAGOGIQUES A L'INTENTION DES ANIMATEURS DU JEU DE PIC

NOVEMBRE 1981

E D U Q 8270455

INTRODUCTION

Comme son titre l'indique, le présent document prend son sens dans le contexte du jeu de PIC (pour Prix, Inflation, Consommation) du ministère de l'Education du Québec.

Ce jeu est une simulation de la vie économique d'une société. La simulation sert ici à faire vivre des situations et des phénomènes économiques à un groupe de personnes, fournissant ainsi à ces participants une expérience sur laquelle ils peuvent réfléchir, avec l'aide des collègues et des animateurs, pour en dégager une meilleure compréhension d'abord de ce qui vient de leur arriver et ensuite de la "vraie" réalité économique. La simulation fournit aux participants un cas, une expérience qui est à la fois:

- personnelle - donc elle permet d'être "actif", c'est à dire concerné,
- fictive - donc sans grave conséquence sociale ou économique en cas d'erreur,
- brève et simple - donc facilement remémorable
- enfin publique - permettant la discussion avec d'autres acteurs ou témoins.

Le rôle de l'animateur du jeu de PIC est donc fondamental, pour assurer à la fois l'orthodoxie économique et l'efficacité pédagogique de l'activité. C'est pour aider les animateurs que le présent document existe; Il sert de complément à la formation des animateurs et au Guide de l'animateur (ministère de l'Education, Direction générale de l'éducation des adultes, 1979). Plus spécifiquement encore, l'animateur ne tirera profit de ce document que s'il possède déjà les chapitres 8 et 17 du Guide, sur lesquels il s'appuie. C'est ce caractère ad hoc du présent document qui explique par exemple que les définitions et exemples qu'il contient

référent aux situations économiques du PIC. De même, le document vise moins à être exhaustif qu'à être concret. De même encore, les concepts économiques sont présentés dans l'ordre où ils sont le plus susceptibles de se présenter pendant le jeu; ils sont même regroupés par année pour être traités dans le texte à l'année où ils se présentent le plus souvent dans le jeu.

Le document présente un grand nombre de concepts. Les animateurs verront à utiliser ce qui est pertinent à chaque situation.

Chaque concept est traité suivant la démarche suivante:

A) - Définition des concepts

Définition générale des concepts pertinents, en référence à l'expérience des participants pendant le jeu.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui intéressent ces concepts?

Indications sur quel participant ou quel groupe de participants est en général plus particulièrement intéressé par ce concept;

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Interventions suggérées à l'animateur et visant à faire ressortir et traiter, en cours de jeu, le ou les concept(s) en question.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept

Interventions visant à mettre en relief un phénomène ou un concept et à le mettre en rapport avec la réalité (par opposition au jeu) à l'aide d'exemples.

Les termes et concepts économiques qui interviennent au cours de la première année reviendront sans cesse tout au long du jeu. Ceci nécessite de la part de l'animateur une attention spéciale pour que la plupart des participants les comprennent et que leur compréhension des termes et des concepts en question se raffine d'une année à l'autre.

La présente édition constitue une nouvelle présentation, préparée par Jules Desrosiers, d'un document diffusé en 1980 par l'Equipe d'aide au développement de la Direction générale de l'éducation des adultes et commandé antérieurement à Laurent Pagé et à Louise Delisle.

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION i

L'année 1

Le Prix de revient unitaire. 1
Les études de marché 8
L'échange, base de l'économie 16
Le budget familial 19
La capacité de production 22
Les histogrammes et graphiques 25

L'année 2

Les agents économiques 29
Les problèmes du consommateur 32
L'inflation 34
Les fonctions du crédit 41
Le rôle de la monnaie 44
Les histogrammes et graphiques 47

L'année 3

Les intermédiaires financiers 50
Les formes de capital 53
Les taux d'intérêt 56
Inflation et productivité 58
La demande globale 61
Les histogrammes et graphiques 65

L'année 4

La concurrence	67
L'organisation des travailleurs	72
Les objectifs du gouvernement	74
Les rôles économiques de l'Etat	77
L'organisation de l'entreprise	80
Les histogrammes et graphiques	86

La dernière année

Engagements verbaux et écrits	93
Education et développement	95
Le pouvoir du consommateur	97
La politique et l'économique	99

ANNEE 1

LE PRIX DE REVIENT UNITAIRE

A) - Définition des concepts:

Le prix de revient unitaire est le prix que l'on obtient en faisant le total des dépenses nécessaires pour élaborer et vendre un produit ou un service, puis en divisant cette somme par le volume de biens et/ou de services ainsi rendus disponibles à la consommation.

Il peut s'agir entre autres:

- du producteur qui divise ses frais par le nombre de points qu'il a produit au cours de l'année.
- du détaillant qui divise ses frais par le nombre de points qu'il a acheté au cours de l'année.
- de la gardienne ou du professeur qui, ayant évalué ses frais, divise ce total par le nombre de points qu'il(elle) a le droit de vendre ou de consommer lui-(elle)même.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ce concept?

Le consommateur fait l'apprentissage de ce concept lorsqu'il travaille avec le document "informations spéciales".

Le producteur ou le détaillant est continuellement confronté avec ce concept. Au cours des deux premières années, il oublie fréquemment de tenir compte de TOUS ses frais réels encourus, ce qui l'amène alors à vendre à perte.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Auprès du producteur

Il ne faut pas hésiter à interroger le producteur sur ce qu'il estime être ses frais. Il ne s'agit pas de lui dire de quoi tenir compte dans ses frais, mais de lui faire réaliser qu'il doit être convaincu de la pertinence de ce qu'il fait. Par exemple, certains incluent des frais de publicité sans les dépenser effectivement, d'autres incluent des frais d'assurances sans en prendre aucune, etc... Il est bon de demander aux ouvriers ce qu'ils en pensent car ils n'ont souvent pas encore eu droit de parole. Cependant, le producteur doit garder en tête que c'est lui qui prendra la décision finale.

Le producteur doit être conscient que son attitude doit être guidée par le désir de respecter la réalité.
Une sur-évaluation des frais peut créer des problèmes au niveau des approvisionnements.
Une sous-évaluation des frais occasionnée par l'oubli de considérer la consommation du producteur ou encore l'omission de prévoir des provisions pour pertes fera souvent démarrer le jeu avec des prix de vente trop faibles.
Prenons un exemple: Un producteur, à l'année 1, a trois employés et il ne prévoit pas d'autres frais que leur salaire et ses frais fixes. Il estimera donc son prix de revient unitaire à ceci:

10 000$
+ 10 000$
+ 10 000$
+ 05 000$
35 000$ ÷ 80 = 437$

Cependant, ce producteur a consommé 8 points de son statut et il a eu 8 points de dépréciation. Il aurait donc dû évaluer ainsi son prix de revient:

35 000$ ÷ 64 = 547$

Donc, à l'année 2, il serait bon que l'animateur explique cela au producteur si des imprécisions demeurent à cet égard. Il est intéressant que le prix de revient soit déterminé avant la production étant donné que cela aura un impact sur le choix des biens et services que le producteur fera. En effet, une fois que le prix de vente unitaire est établi, on peut prévoir les besoins des consommateurs compte tenu de leur pouvoir d'achat. Cependant, il faut voir à ce que les producteurs ne passent pas tout leur temps à faire ce travail avec tous leurs employés. Ils auraient avantage à se diviser la tâche.

Auprès du détaillant

Le détaillant a deux éléments à considérer pour estimer justement son prix de revient. Il doit calculer ses achats et estimer les frais occasionnés par l'existence de son comptoir de vente au détail.

Face à cela, le détaillant ne réalise souvent pas que la notion de volume de vente est très importante car plus fort sera ce volume plus ses frais d'opération seront réduits pour une unité.

Bien sûr, il a des risques de pertes, mais le détaillant qui veut partir "trop petit", qui refuse de supporter un inventaire, s'expose à devoir vendre plus cher. Il serait bon de lui demander si le prix d'une boîte de conserve est le même dans une grande chaîne d'alimentation et chez le dépanneur

du coin. Evidemment, si son produit n'est pas en demande, il est aussi désavantagé, mais qu'il se pose la question suivante:est-il mieux de vendre beaucoup avec une marge de profit réduite ou de vendre peu avec une grande marge de profit.

Comme les frais de salaires n'augmentent pas, chez le détaillant, avec le volume des achats, c'est ce volume qui intervient principalement dans le calcul de son prix de revient. D'autre part, le détaillant, tout comme le producteur, oublie de faire intervenir sa consommation personnelle dans ce calcul.

Auprès du consommateur

Le calcul du prix de revient anticipé est très important au niveau du consommateur car P.I.C. veut traiter des divers mécanismes de la fixation des prix, des différentes formes d'inflation et des problèmes du consommateur.

En effet, le consommateur qui se préoccupe des mêmes problèmes que le producteur puis du détaillant en remplissant de son mieux le document "informations spéciales" fait des apprentissages qui lui permettront par la suite de comprendre pourquoi les prix augmentent, pourquoi ils ne peuvent baisser indéfiniment, etc....

Plusieurs perçoivent ce travail comme difficile, voire même inutile! Ils se disent qu'ils verront bien assez tôt quel prix ils auront à payer. L'animateur devra donc les encourager à faire cet exercice en leur faisant comprendre qu'ils pourront mieux faire leur budget s'ils savent à quoi s'en tenir approximativement sur les prix. Peut-être

s'imaginent-ils que les prix seront les mêmes que dans la "vraie vie". Alors, ils risquent d'être surpris.

Pour inciter les gens à essayer vraiment de chercher, l'animateur peut leur dire que les prix qu'ils trouveront seront sans doute différents les uns des autres et même de ceux des détaillants eux-mêmes. S'ils le sont, ce n'est pas nécessairement parce qu'ils se seront trompés, mais peut-être tout simplement parce qu'ils ont raison et que les autres ont tort. La suite du jeu leur donnera peut-être raison, ou en tous cas, leur permettra d'apprendre quelque chose! Une fois que le travail est fait, l'animateur peut donc écrire au tableau les prix trouvés. Il peut y avoir avantage à laisser quelques personnes s'exprimer. Certains prévoieront des salaires pour les producteurs et les détaillants, d'autres prendront des profits énormes. Il est bon de les inciter à se mettre dans la peau des entrepreneurs, de leur dire de penser comme dans la réalité.

L'animateur qui fera le tour des tables rencontrera sans doute des gens qui n'écrivent rien, qui n'osent pas. Il serait bon qu'ils les mettent en relation avec d'autres qui semblent avoir compris. De toute façon, l'animateur devra être très vigilant, car des gens qui ne passeraient pas cette étape, risqueraient de "traîner la patte" tout le long du jeu. Cette étape étant très importante, il est presque nécessaire de lire le document ensemble et de faire poser les premiers chiffres pour démarrer. De plus, on doit insister sur le fait que les prix trouvés sont ceux d'une société différente de celle qu'ils connaissent. Il est donc inutile de faire des comparaisons avec les prix affichés dans les vrais magasins. Ce travail peut servir ensuite chez les producteurs et les détaillants lorsque les employés entreront en fonction. D'ailleurs, quand ces derniers seront partis, l'animateur peut continuer à

discuter avec les gens qui restent à la maison sans chercher un consensus mais en faisant ressortir les raisons des écarts. Ce sera d'ailleurs l'occasion de corriger des erreurs de calcul.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Lors du retour-concept, l'animateur interrogera les producteurs et les détaillants sur ce qui entrait dans la détermination de leur prix de revient sans les obliger à dire ce qu'ils veulent cacher. Il leur demandera s'ils pensent avoir fait des erreurs et s'ils savent quelles en sont les conséquences.

Il serait bon aussi de questionner les autres participants qui offraient des services aux consommateurs pour savoir s'ils ont dû calculer leur prix de revient.

On doit ici faire ressortir la distinction entre les deux types de coûts qui entrent dans le calcul du prix de revient:

Les coûts fixes

Dans le jeu, ce sont les 5 000$ pour les producteurs et les 1 000$ pour les détaillants. Dans la réalité, ce serait les coûts de chauffage, l'impôt foncier, les frais d'assurances, le personnel de direction... De fait, c'est tout ce qui à court terme, ne varie pas avec le volume de la production ou de l'inventaire.

Les coûts variables ou directs

Dans le jeu, ce sont les frais de salaires, qui augmentent pour produire plus, pour construire des machines, et le coût des achats du détaillant. Dans la réalité, il s'agit des coûts de main-d'oeuvre, de matière première, d'électricité, de transport... Si on veut réduire ces frais, il faut réduire la production, il faut réduire les inventaires. Donc, pour qu'on produise plus, il faut consommer plus.

L'animateur aura avantage à revenir à chaque retour-concept sur le prix de revient pour savoir s'il a changé. Il posera la question: "Qu'est-ce qui fait changer un prix de revient"?

LES ETUDES DE MARCHE

A) - Définition des concepts:

Pour définir une étude marché, il faut d'abord définir le marché.

Un marché met toujours en relation 3 éléments. Ce sont: un acheteur, un vendeur et un produit ou un service.
L'acheteur, c'est le demandeur ou celui qui exprime une demande même s'il est souvent freiné dans la réalisation de ses désirs par le prix du produit ou par son revenu. Ce consommateur n'exprime pas toujours ses besoins par un achat effectif ou une transaction conclue.

Par exemple, si un jeune couple désire s'acheter une maison et visite des entrepreneurs, il exprime un besoin. Cependant, devant le prix élevé de la maison pour ses moyens, le couple décide de ne pas l'acheter. Disons que le prix de la maison était de 60 000$. Peut-être ont-ils exprimé aux constructeurs leur besoin d'une maison de 40 000$ et peut-être que dans quelques mois, le producteur de maisons se mettra à produire des unités à 40 000$ pour répondre à cette demande.

Le vendeur, c'est l'offreur ou celui qui exprime son intention de produire par une offre qui tient compte du prix qu'il espère obtenir mais aussi des sommes qu'il devra débourser afin de produire (prix de revient).

Le produit ou le service fait entrer les deux agents (acheteur et vendeur) en relation parce que l'un veut acheter et l'autre vendre le même produit ou service. Mais il y a le prix! Et le prix implique négociation entre les agents en cause.

Il est à remarquer que le salaire demandé par le travailleur à son patron est aussi négociable. Il y a donc un marché de main-d'oeuvre.

L'acheteur, c'est l'entrepreneur et le vendeur, c'est le travailleur. Tout travailleur est donc producteur parce qu'il produit un service.

L'étude de marché, c'est donc pour l'offreur l'action de chercher à savoir comment les consommateurs se comportent dans leurs achats devant l'offre de tel produit ou service si ce produit ou service leur est offert à différents prix. Il lui importe donc de déterminer quelle quantité sera vendue à tel prix. L'élément volume, quantité à offrir, prime alors. En faisant une bonne étude de marché, on peut savoir quel nombre d'unités trouveront acheteur à un prix donné.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ce concept ?

Les études de marché sont importantes et touchent tous les participants :ar le consommateur a souvent à subir les conséquences des mauvaises études que font les producteurs et les détaillants. Certains n'en font même pas et c'est encore le consommateur qui en souffre.

Tous les employés des producteurs devraient être confrontés avec ce problème de même que ceux des détaillants car c'est souvent à eux qu'en incombe la responsabilité.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Dès que les employés sont à leur travail, il faut rappeler aux producteurs et aux détaillants qu'ils doivent faire une étude de marché. S'ils n'ont pas l'air de vouloir en faire, il faut insister, leur demander ce qu'ils vont produire, pourquoi ils veulent produire cela. Il est nécessaire de les ramener à la réalité: agiraient-ils ainsi? L'animateur peut leur demander d'imaginer ce qui se produira s'ils ne disposent pas de ce que les gens veulent et peuvent consommer.

Si quelqu'un demande en quoi consiste une étude de marché, on peut laisser un autre participant répondre car il est rare que personne n'en ait aucune idée. On peut ensuite enchaîner sur les avantages qu'ils voient à faire une bonne étude de marché.

Il ne faudrait pas que les gens aient l'impression qu'une étude de marché est faite une fois pour toutes. Les besoins des consommateurs, dans P.I.C. comme dans la réalité, évoluent sans cesse tout comme leurs moyens.

Dans certains cas, l'animateur devra intervenir pour éviter des goulots d'étranglement suite à des études de marché très mauvaises. Il n'est pas rare, en effet, que les producteurs offrent des T.V., des automobiles, etc., alors que les besoins vitaux ne sont pas comblés. Dans ce cas, quelques bonnes questions sur le pouvoir d'achat des consommateurs (les employés peuvent alors témoigner) suffisent généralement à faire revoir les choix faits. Il peut aussi être utile de faire référence au tableau socio-économique.

Les détaillants doivent aussi être conscients de l'état de la demande globale sans quoi ils risquent d'anéantir les efforts des producteurs. De plus, quelquefois, les producteurs oublient de considérer l'existence de l'intermédiaire entre eux et le consommateur, ce qui a pour effet de leur faire surrestimer le pouvoir d'achat des consommateurs. Il serait bon de le leur rappeler.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Lors des retours-concepts certains points de référence seraient utiles pour traiter de l'ensemble de la question des études de marché:

a - La nécessité d'utiliser les biens de dépannage,

b - La surabondance de certains biens (A-V-L),

c - L'absence de demande pour certains biens et services,

d - Le mécontentement de certains consommateurs devant l'absence de certaines catégories de biens ou services sur le marché de détail.

a - L'utilisation des biens de dépannage est très coûteuse pour la société P.I.C. Personne n'en tire profit et cela peut handicaper la production pour les années à venir. De plus, certaines personnes peuvent être contraintes à s'endetter pour vivre. Il est bon que l'animateur fasse ressortir ces éléments au retour-concept, qu'il souligne le fait que les producteurs et les détaillants ont, dans l'ensemble, mal rempli leur rôle.

Dans toute société, la première question à se poser est la suivante: QUOI PRODUIRE? (L'animateur devrait écrire cela au tableau).

Cette question fondamentale est liée à une autre question tout aussi importante: POUR QUI PRODUIRE? (Autre question à écrire au tableau).

Par exemple, le travailleur peut produire des voitures luxueuses qui seront exportées, ce qui l'obligera peut-être à consommer des produits importés qui lui coûteront plus cher au lieu de produire les biens dont il a besoin pour vivre. D'ailleurs, les voitures luxueuses pourraient tout aussi bien être consommées à l'intérieur du pays et nuire autant au niveau de vie du travailleur peu fortuné. Qu'il suffise de penser au rationnement en temps de guerre lorsque l'on produit surtout pour la défense.

Les producteurs ont des choix à faire et leurs décisions ont des conséquences sociales et économiques. Qu'ils en soient conscients.

b - Certains biens de luxe peuvent avoir été produits alors que les consommateurs n'avaient pas les moyens de les consommer. D'où l'importance de connaître les besoins des consommateurs.

c - Les consommateurs n'ont peut-être pas compris l'importance de renseigner justement les entrepreneurs sur leurs besoins. Ont-ils collaboré aux études de marché? Peut-être ont-ils été méfiants se croyant l'objet d'une publicité?

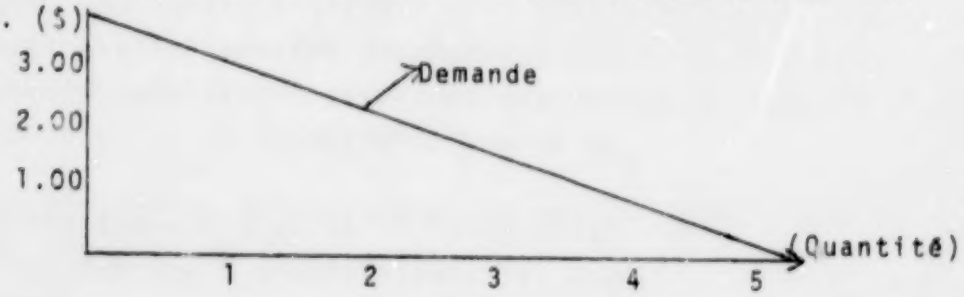
d - Le mécontentement généralisé pourrait entraîner des conséquences telles que la venue de compétiteurs décidés à répondre à cette demande ou encore la création d'un gouvernement qui interviendrait sur cette question vitale.

Lors des retours-concepts, l'animateur pourrait aussi expliquer la représentation graphique d'une étude de marché, se basant sur la définition de la demande:

"La demande c'est la quantité d'un bien ou d'un service que les consommateurs sont prêts à acheter à un certain prix, pendant un temps donné et dans un lieu donné".

Par exemple, la demande de réfrigérateurs n'est pas la même dans l'Artique qu'à l'Equateur, de même que la demande de skis est différente en hiver et en été.

Voici, illustré graphiquement, le comportement normal d'un consommateur qui désire en avoir le plus possible pour son argent.



La demande pour un produit croît généralement lorsque le prix diminue. Ce qui est représenté graphiquement, c'est une demande globale d'un grand nombre de consommateurs. Cette demande change avec chaque produit. Donc on aura des pentes différentes d'un produit à un autre.

En général, on peut dire que plus les prix montent, moins grand sera le désir do consommateur de se procurer les biens ou les services en question.

Cependant, certains facteurs interviennent dans le jeu comme dans la réalité et font qu'il y a des exceptions à cette loi. Par exemple, le caractère des besoins qui peuvent être essentiels, secondaires ou superflus, pèse dans la balance. Les prix qui impliquent des choix, des sacrifices sont aussi à considérer. De même, les revenus, qui sont différents d'un individu

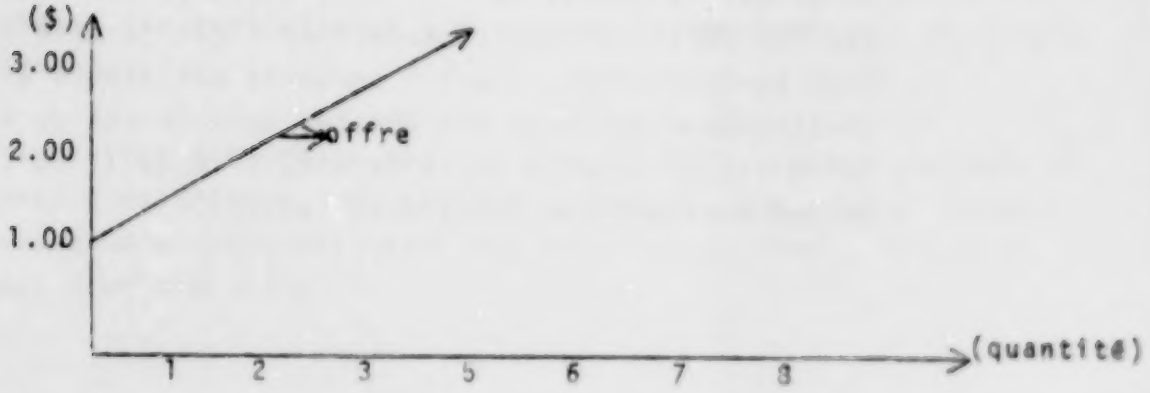
à un autre, influencent les choix. (Les célibataires, les producteurs, les détaillants dans le jeu n'ont pas nécessairement les mêmes revenus ou pouvoir d'achat que les ouvriers mariés avec enfants).

Dans la réalité, d'autres facteurs interviennent tels que la publicité, la mode, les lois, le goût, la religion, etc...

Une demande sans offre ne peut entraîner un échange ni constituer une transaction.
L'animateur peut avoir à traiter de l'offre. Rappelons que "l'offre, c'est la quantité d'un bien ou d'un service que l'entrepreneur est prêt à offrir à un prix donné, pendant un temps précis et en un lieu précis".

Par exemple, l'offre de tomates n'est pas la même en été et en hiver; les prix sont différents.

Voici une représentation graphique de l'offre globale. Cette courbe est sujette à changements d'un produit à l'autre mais aussi dans le temps et l'espace. Sa pente sera alors plus ou moins prononcée.



L'offre pour un produit croît généralement lorsque le prix du produit augmente. En général, on peut dire que plus les prix montent, plus grand sera le désir des entrepreneurs de fournir au consommateur les biens et services en question. Cependant, certains facteurs font varier l'offre dans le jeu: la capacité de production, la mécanisation, l'innovation technologique, la concurrence possible, la part du marché que l'on veut prendre, la crainte d'avoir des surplus, la crainte de ne pas trouver preneur à cause du prix élevé (par exemple, une automobile ou une maison, la première année du jeu).

A cette série, il faut ajouter, dans la réalité, la présence de biens substituts sur le marché, l'augmentation ou la diminution des coûts de production occasionnée par le changement du volume de la production, etc...

Il y a, dans le jeu, plusieurs occasions d'aborder les concepts d'offre et de demande. Même si les retours-concepts sont de bonnes occasions, l'animateur peut très bien traiter de ce sujet en petits groupes tout au long du jeu.

En terminant ce sujet, il serait intéressant de se demander ce qu'est le marketing car cette question est souvent posée par les participants. Le marketing c'est la mise en vente. Plus explicitement, c'est l'ensemble des études et actions stratégiques qui sont entreprises dans le but de mettre sur le marché un produit ou un service afin qu'il soit au maximum de ses possibilités lucratives (payant).

L'ECHANGE: BASE DE L'ECONOMIE

Ici, il s'agit moins de définir l'échange que de réaliser les effets des échanges entre les individus et les groupes. Pour que les participants le réalisent, il faut leur présenter des cas où il y a eu absence d'échange.

Nous ne toucherons pas à toutes les tendances sur le sujet, nous nous contenterons de l'approche classique et simple. Cependant, il faut savoir qu'il y a d'autres opinions plus nuancées surtout au niveau des échanges internationaux.

L'animateur pourrait interroger les participants sur la nécessité ou non qu'il y ait un perdant dans un échange entre deux individus. Pourrait-il y avoir deux gagnants, dans un échange?

L'animateur aura intérêt à apporter des exemples concrets pour faire comprendre son point de vue. Supposons qu'un individu soit seul sur une île. Il doit alors assurer seul sa propre subsistance: se nourrir, se vêtir, se loger. Peut-il avoir un très haut niveau de vie? Est-ce que les êtres humains recherchent de telles situations? Pourquoi? N'est-ce pas le cas des tribus primitives? N'était-ce pas le cas des premiers colons à s'installer au Canada? Toutes ces questions devraient amener les participants à envisager les conséquences de l'isolement.

Vivre sans échange, c'est vivre en AUTARCIE: Chacun produit sa propre nourriture, ses propres vêtements, son propre logement, ses propres services. Si c'est valable, pourquoi n'y a-t-il pas plus d'ermites?

Après avoir envisagé les conséquences d'un manque d'échange, il serait bon de chercher les avantages qu'il peut y avoir à échanger. L'animateur peut faire réaliser aux participants que l'échange permet à des gens de se spécialiser et d'être ainsi plus compétents dans certains domaines. Ceci leur permet de produire des surplus et de les échanger contre ce que d'autres produisent à meilleur compte qu'ils ne le feraient eux-mêmes.

L'échange et la spécialisation sont intimement liés. Sans échange, pas de spécialisation. Or, pouvons-nous être compétents dans tous les domaines?

Que les participants imaginent le nord du Québec produire du tabac, du blé! La région de Montréal, dans la forêt! La Beauce, dans le raffinage du pétrole!

Ne vaut-il pas mieux laisser à l'Ouest le soin de produire le blé et le pétrole et utiliser nos ressources, au Québec de produire de l'électricité?

Ce qui doit se dégager de cette discussion, c'est que le niveau de vie des gens se trouve amélioré par l'échange malgré certaines contraintes. Tout produire soit même, c'est intéressant, mais cela se paie. Vouloir être auto-suffisant en pétrole, c'est une chose, mais vouloir être auto-suffisant en oranges et en coton, c'est autrement plus difficile pour un pays du Nord.

En résumé, les échanges incitent les parties impliquées à concentrer leurs énergies productives dans des secteurs où ils ont des avantages et c'est grâce à ces avantages qu'ils pourront ensuite se procurer d'autres biens dont ils ont besoin mais qu'ils préfèrent ne pas produire. Les avantages peuvent être absolus ou comparatifs.

Si nous décidons de tout produire, il y aura des coûts d'opportunité. Nous devrons faire des choix. Le temps, la main-d'oeuvre, l'argent, la matière première que nous utiliserons pour produire nos propres tomates, notre maïs, nos oranges et nos pamplemousses en hiver, nous privera d'autres types de production puisque nos ressources, en général, sont limitées.

L'ouvrier échange son temps contre un salaire, salaire qu'il échangera ensuite contre des biens et services. A tous les niveaux, on retrouve donc le principe de l'échange. Chaque jour, les gens vivent des situations d'échange, en sont-ils conscients?

LE BUDGET FAMILIAL

A) - Définition des concepts

Le budget est un outil, un guide qui permet au ménage de mieux atteindre le niveau de vie qu'il s'est fixé comme objectif en utilisant le plus judicieusement possible son revenu.

Faire un budget, c'est choisir, en fonction de valeurs personnelles, entre divers biens et services qui s'offrent au consommateur. Ces valeurs personnelles sont importantes à déterminer et nécessitent de nombreux échanges entre les partenaires.

Tenir un budget qui vise un objectif précis, qu'il soit à court ou à long terme, c'est souvent difficile. Tenir un budget qui n'a pas d'objectif clairement défini ou partagé par tous les intéressés, c'est souvent impossible. Faire un budget, c'est planifier, prévoir tant ses revenus que ses dépenses.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Les consommateurs doivent faire leur budget à chaque année et l'équipe d'animation doit les inciter à suivre cette directive. Ceci leur permettra de suivre l'évolution de leur niveau de vie en fonction de leur pouvoir d'achat.

Les producteurs et les détaillants vivent intensément ce problème. Ils doivent prévoir les sommes qu'ils auront à rencontrer pour savoir où ils vont. Ceux qui se seront fixé

un objectif commercial et qui agiront dans ce sens en se faisant un budget seront probablement en meilleure santé financière que ceux qui agiront au hasard.

2 -Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Les ménages seront souvent réfractaires au budget, considérant que leurs prévisions se sont avérées inexactes la première année.

Il faut alors leur rappeler que faire leur budget leur est utile pour prévoir, essayer de planifier et réévaluer des objectifs. Cela les oblige à réfléchir et à ne pas acheter spontanément, sur l'impulsion du moment. Cela les oblige aussi à consulter leur conjoint et, par là, à recueillir des informations sur le marché qu'ils n'auraient pas eues sans cela. Ainsi, ils devront peut-être faire de nouveaux choix en cours de route, mais ils seront heureux d'avoir eu la possibilité de penser avant la cohue des magasins.

1 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Lors des retours-concepts, il serait bon d'interroger les ménages pour savoir s'ils ont fait leur budget. L'animateur doit profiter de l'occasion pour faire remarquer qu'il y a une différence entre faire un bilan et un budget. Le bilan, c'est une photographie globale de la situation financière à un moment précis alors qu'un budget est un plan de gestion du mode de vie d'un individu ou d'un groupe d'individus. Donc, le fait d'inscrire ses dépenses ne signifie pas que le budget est fait.

Cependant, le bilan du ménage a avantage à être fait à la fin du jeu. On découvre alors que des gens qui semblaient

en mauvaise posture financière au début du jeu, ont fort bien pu modifier leur situation avantageusement. L'animateur pourra alors demander à ces gens quels moyens ils ont pris pour améliorer leur sort.

Quant aux entrepreneurs, ils pourront évaluer leur actif en incluant les actions qu'ils possèdent dans diverses compagnies, les biens meubles et immeubles qui leur appartiennent et les autres placements qu'ils ont fait. Leurs biens peuvent être évalués en tenant compte du temps qui leur reste pour l'utilisation de ces biens (nombre d'années).

N.B. Si les participants veulent des précisions sur les pourcentages à accorder à tel ou tel type de consommation, l'animateur devra être prudent et prendre garde de ne pas s'enliser dans un domaine, somme toute, assez vaste. Qu'il suffise de démontrer les avantages du budget en général. Quant au détail du budget, les caisses populaires ont un large éventail de données à offrir à la population sur ce sujet.

LA CAPACITE DE PRODUCTION

A) - Définition des concepts

La capacité de production est le potentiel maximum de production qu'une entreprise ou un Etat actualise en utilisant toutes les ressources disponibles de la façon la plus efficace possible. C'est donc la limite jusqu'où peut se rendre le volume de la production compte tenu de la structure de production.

Dans le jeu, la capacité de production initiale est de 80 points pour une entreprise qui a 3 employés. Elle peut cependant augmenter si l'entrepreneur décide d'engager d'autre personnel ou de se mécaniser.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Les gens qui travaillent chez les producteurs rencontrent cette question plus particulièrement et plus le jeu avance, plus les participants deviennent conscients de ce problème car ils sont de plus en plus sollicités par les producteurs qui cherchent à augmenter leur capacité de production.

Les responsables de la garderie ou de l'école voient ce concept d'une autre façon, car ils ne peuvent accueillir plus d'un certain nombre d'enfants dans leurs locaux.

Le responsable d'une institution financière, dans le jeu, se rend compte à un moment donné qu'il est limité dans les services qu'il peut rendre s'il reste seul pour desservir sa clientèle.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Pendant le jeu, il faut amener les producteurs et leurs employés à réaliser quels éléments limitent leur production. Ils doivent être conscients qu'il existe des facteurs de production qui sont rares et limités.

Dans la réalité, comme dans le jeu, c'est en augmentant le personnel que l'on peut augmenter le volume de la production. La matière première, les connaissances techniques, etc.,limitent aussi les possibilités de production et les producteurs doivent le réaliser en cours de jeu. L'animateur doit parler, en termes généraux, de la force humaine qui intervient seule dans une société artisanale.

Il importe que les gens ne se lancent pas dans la production sans avoir analysé les conséquences possibles de leurs actes. Par exemple, réduire la production pourrait être néfaste pour la société P.I.C. qui serait ainsi contrainte de réduire sa consommation du même coup.

D'autre part, produire, c'est choisir entre telle quantité d'un bien et telle quantité d'un autre. Le producteur qui se construit une maison et qui consomme ainsi 20 points sur 80 pour lui-même sur le seul item logement ne peut faire autrement que d'influencer la société entière par ce geste. Voilà un travail important pour l'animateur qui veut faire prendre conscience de l'importance des choix que fait le producteur au niveau de la société.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Lors du retour-concept,il serait avantageux d'expliquer le tableau "Volume de la production industrielle" et de demander

aux participants si les producteurs auraient pu produire plus, d'après eux. Certains s'aperçevront de la limite dans la capacité de production et il serait bon qu'ils réfléchissent et qu'ils se rendent compte que c'est comme cela dans la réalité. Est-ce qu'ils croient qu'il serait possible de doubler ou de tripler la production du Québec du jour au lendemain? Est-ce que le cultivateur pourrait doubler son troupeau, cultiver deux fois plus de terrain sans rien changer à son organisation? Il s'agira pour l'animateur d'amener les participants à penser à la main-d'oeuvre nécessaire, à la matière première, à l'énergie supplémentaire à prévoir.

Les participants savent-ils ce qui, dans la réalité, permet à un producteur d'augmenter sa production? Les réponses à cette question donneront peut-être des idées aux producteurs qui en viendront alors à se développer davantage.

LES HISTOGRAMMES ET GRAPHIQUES

Population, population active, chômeurs

La population active doit être définie après que l'animateur ait interrogé les participants sur le sens qu'ils donnent à ce mot. Ils en entendent couramment parler à la télévision et à la radio, et ils ne sont peut-être pas sûrs de leur définition. "La population active est la population civile (non militaire) ne vivant pas en institution, âgée de 15 ans et plus qui a un emploi ou se trouve en chômage."

Donc, dans le jeu, il faut que les gens soient déclarés aptes au travail et qu'ils soient à la "recherche" d'un emploi. La ménagère, bien qu'elle travaille pour les siens, ne fait pas partie de la population active. Alors le conjoint qui sera resté à la maison, dans le jeu, ne devra pas être comptabilisé dans la population active s'il n'a pas cherché d'emploi.

Les chômeurs sont ceux qui ont manifesté le désir de travailler pour un producteur, pour un détaillant ou qui ont tenté de partir une initiative, qu'ils aient décidé d'attendre à l'année suivante ou qu'ils aient échoué.

Produit national brut

L'animateur devrait donner la chance à quelques personnes de définir le P.N.B. puis il donnera sa définition:
"La valeur monétaire (marchande) de l'ensemble des biens et services produits par les résidents d'un pays pendant un an".
Il essaiera ensuite de faire comprendre que le P.N.B. est un indicateur économique qui a ses limites.

Le participant devra réaliser que les bombes atomiques fabriquées dans un pays entrent dans le calcul du P.N.B.Est-il alors convaincu que la valeur du P.N.B. nous éclaire très justement sur le niveau de vie de la population?

Il est bon de poser la question "comment se calcule le P.N.B:? mais sans donner la réponse la première année.

Indice des prix

Voilà un autre indicateur intéressant. Il est bien de l'expliquer la première année mais il faudra y revenir à la deuxième année pour comparer. L'animateur trouve le prix de détail moyen et pose qu'il sera égal à 100 car l'année 1 sera l'année de base.

Inflation

Il ne peut en être question la première année puisqu'elle est une comparaison entre deux niveaux de prix des temps (années) différents.

Niveau de vie

L'animateur explique comment le calculer (voir Guide) et invite chaque ménage à donner le sien à voix haute. On fait ensuite la moyenne et on indique le résultat sur le tableau réservé à cette fin.

Thermomètres

Ils existent pour donner une idée générale de la santé financière des entreprises de production et de vente au détail.

Ils peuvent être remplis en faisant la compilation des bilans de chaque entreprise. Cela permet aux participants de voir quel groupe d'entrepreneurs progresse le mieux sans que les bilans de chacun soient rendus publics.

Si un comsommateur veut se lancer en affaire, il pourra utiliser ces thermomètres pour avoir une idée du marché.

ANNEE 2

LES AGENTS ECONOMIQUES

A) - Définition des concepts

Les entreprises et les ménages sont les deux premiers agents économiques. Les entreprises font affaire avec les ménages mais aussi les unes avec les autres. En cours de jeu, s'ajoutent les intermédiaires financiers qui sont un type particulier d'entreprise en ce sens que ces intermédiaires viennent faciliter les échanges entre les agents.

Le troisième agent économique, c'est l'Etat et le quatrième les marchés extérieurs. Ils s'ajoutent aussi assez souvent parce que les participants ont senti le besoin de leur existence.

Parler des agents économiques, c'est entrer dans le domaine de la macro-économie et aborder les questions d'équilibre général de la société.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Tous sont concernés par cette question en autant qu'ils peuvent déborder du cadre de leur entreprise ou de leur rôle de consommateur. L'animateur a un rôle important pour susciter cette ouverture sur l'équilibre interne de la société P.I.C.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

A l'année 2, il est temps que les producteurs réalisent l'impact qu'ils peuvent avoir sur la société. Il faut aussi

que chaque participant se rend compte qu'il y a dans cette société un certain nombre d'acteurs et que les intérêts ne sont pas toujours les mêmes d'un individu à un autre.

Quant aux consommateurs, ils doivent bien comprendre qu'ils ne sont pas organisés. Si certains ont de la difficulté à joindre les deux bouts, l'animateur leur demandera d'identifier les causes de cet état de choses et de chercher les moyens de s'en sortir. Il faut beaucoup travailler pour impliquer les gens à la maison.

Les détaillants qui ont eu à négocier avec les producteurs doivent reprendre leur travail en se rappelant les critiques formulées à leur endroit par les consommateurs lors du premier retour-concept.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

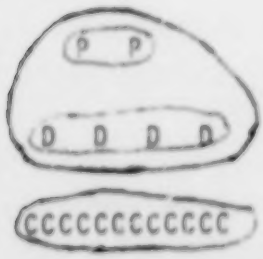
Lors du retour-concept, il faut montrer l'évolution du jeu depuis le début et faire s'exprimer les participants qui en ont gros sur le coeur.

N.B.: Voir page suivante

A ce retour et dans les suivants, l'évolution du jeu peut être montrée par un dessin de ce genre:

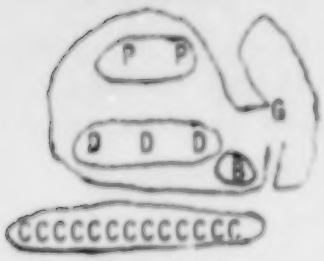
ANNEE 1

ANNEE 2

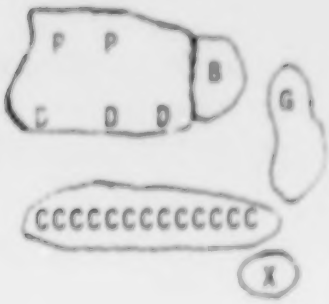


ANNEE 3

ANNEE 4



ANNEE 5



où P - Producteur
D - Détaillant
C - Consommateur
B - Banque
G - Gouvernement
X - Marchés extérieurs

Ce qui est exprimé dans ce dessin, c'est <u>une</u> possibilité d'évolution du jeu, mais il est toujours possible pour l'animateur de "dessiner" son jeu de façon similaire. Cela est très utile pour le participant car il voit l'ensemble.

LES PROBLEMES DU CONSOMMATEUR

A) - Définition des concepts

Un consommateur est un agent économique qui fait l'acte de consommer en vue de satisfaire un besoin. Ce consommateur peut donc être aussi bien membre d'une entité économique comme le ménage ou l'entreprise, ou l'Etat, ou le marché extérieur.

Les problèmes des consommateurs viennent donc de ce besoin de consommer, et c'est au niveau des différentes pressions qu'exercent les agents économiques pour satisfaire ces besoins de même qu'au niveau de la création des besoins que se situent les problèmes.

Définir les problèmes des consommateurs, c'est aussi identifier les problèmes créés par les revenus qui sont limités en regard des besoins qui sont eux, illimités.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts ?

Les ménages vivront peut-être des problèmes d'endettement, de manque d'organisation face aux prix du marché et au choix limité de produits offerts. Ils se sentent souvent impuissants tant qu'ils ne se sont pas impliqués financièrement ou politiquement.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

L'équipe d'animation sera inlassablement demandée pour résoudre les problèmes des consommateurs qui seront dans l'impossibilité de consommer.

Il faudra alors amener le participant à identifier le problème le plus justement possible. S'agit-il d'une absence de biens ou d'un manque de moyens pour se les procurer? S'agit-il d'une mauvaise planification de ses revenus en fonction des objectifs fixés qui sont trop élevés? S'agit-il d'un consommateur qui a payé trop cher l'année précédente? S'agit-il d'un consommateur qui anticipe une montée des prix pour l'année suivante?

L'animateur devra poser les bonnes questions et faire découvrir au consommateur qu'il a toutes les données en main pour s'en sortir. Il devra lui laisser l'impression qu'il demeure à sa disposition pour l'aider, mais qu'il ne prendra pas la décision à sa place.

L'animateur demandera toujours au consommateur de lui faire voir son bilan de l'année précédente et son budget pour l'année en cours afin de rendre le participant conscient de l'importance de ces documents.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Lors du retour-concept, on parlera des difficultés d'approvisionnement, des raisons de ces difficultés, des responsables de l'utilisation des biens de dépannage et de leur impact sur le niveau de vie des gens. Il faut que les gens modifient définitivement leur attitude de façon à ce que les biens de dépannage ne soient plus utilisés à l'année 3. On demandera aux gens qui ont dû emprunter si cela était prévu dans leur budget. On leur demandera s'ils pensent que leur pouvoir d'achat a augmenté cette année par rapport à l'année précédente. Le calcul du niveau de vie moyen viendra alors se greffer sur leurs réponses.

L'INFLATION

A) - Définition des concepts

L'inflation est une variation en hausse du niveau des prix. Cette montée des prix amène alors un changement dans la répartition des revenus. Il faut mettre l'inflation en relation avec le niveau de vie et le pouvoir d'achat pour en saisir la dimension sociale,qui est très importante. Qu'on double les salaires et les prix ne tarderont pas à doubler au moins, dans bien des cas. Il importe donc de ne pas présenter l'inflation comme une simple montée des prix car cet indice perdrait alors toute logique.

Formes d'inflation

1 - L'inflation par la demande

Cette forme d'inflation est surtout rencontrée par les détaillants qui haussent leurs prix quand ils se rendent compte que ce qui est offert est insuffisant pour combler la demande en N.V.L.

Elle sera aussi vécue par les producteurs quand ils auront beaucoup de demandes pour les biens de dépannage à l'année 2 et qu'ils sauront que les détaillants doivent en avoir un stock de 20 pour avoir le "droit" d'ouvrir leur magasin.

L'inflation par la demande sera aussi sentie au niveau des salaires lorsque la plupart des employés se verront offrir un meilleur salaire pour changer d'entreprise et qu'ils se tourneront vers leur employeur pour lui demander une augmentation afin de lui rester"fidèle".

Dans la réalité, le citoyen ordinaire qui sent une demande pour son beau terrain près d'un lac se comportera comme le producteur de pétrole qui hausse ses prix parce que la demande pour son produit est soudain accrue.

2 - L'inflation par les coûts

Cette forme d'inflation peut survenir dans le jeu lorsque les diverses composantes de la production augmentent de prix. S'il s'agit des matières premières, comme celles-ci sont importées, dans le jeu, il sera question d'inflation importée dont ni le producteur, ni le détaillant ne sont responsables.

L'inflation peut aussi être entraînée par une hausse des salaires ou une augmentation des taux d'intérêt. En fait, le producteur reporte sur le prix des biens et services qu'il produit, les hausses de coûts de production qu'il subit.

3 - Inflation par les prix

Cette forme d'inflation est très proche de l'inflation par les coûts. C'est le cas de l'entreprise qui profite d'une hausse dans les coûts de 100,00$ pour augmenter ses produits de 150,00$.

4 - Inflation psychologique

Le ménage qui, ayant fait des prévisions à l'année 1,s'est rendu compte que les prix ont été plus élevés que ce qu'il avait prévu, sera convaincu que les prix grimperont encore à l'année 3 et fera peut-être des pressions sur son employeur

pour bénéficier d'une augmentation de salaire. Celui-ci transmettra alors cette augmentation de coûts sur le prix de son produit. Par une augmentation nominale de son salaire, cet ouvrier pense se protéger contre l'inflation alors qu'en fait, c'est lui qui la crée.(A moins qu'il ne soit plus producteur ou que, considérant des projets exagérés du producteur, il ne fasse que diminuer ces projets)

5 - Inflation structurelle

Il est possible que ce type d'inflation fasse son apparition lors de la quatrième ou cinquième année. Il est lié au développement du secteur tertiaire (les services).

Vers la fin du jeu, comme dans la réalité, les services prennent de plus en plus d'importance (par exemple: les services financiers, le système d'éducation etc.) Ceux qui oeuvrent dans ces secteurs, quoique leur travail soit utile, ne font pas augmenter la productivité des entreprises et pourtant ils aspirent à des salaires aussi intéressants que s'ils travaillaient à la production.

De plus, il se crée par le fait même une demande pour des travailleurs ce qui fait augmenter indirectement les salaires des autres travailleurs.

Il faudra cependant que l'animateur soit vigilant pour remarquer ce qui précède parce que la productivité augmente tellement à ce moment du jeu chez les producteurs qu'on en arrive souvent à une situation de déflation ou du moins à une certaine constance dans les prix malgré l'importance accrue du tertiaire.

6 - Les causes de l'inflation

Nous allons citer un certain nombre de causes de l'inflation mais il faut savoir que les causes en sont nombreuses et que certaines dépassent le contexte de ce document. Nous allons donc nous limiter à celles qui sont le plus liées au jeu.

1 - L'augmentation excessive de la masse monétaire lorsque les gouvernements dépensent plus qu'ils ne retirent de revenus (budget déficitaire) ou lorsqu'ils utilisent des épargnes faites dans le passé pour augmenter leurs dépenses. Il s'en suit que les consommateurs ont plus d'argent en main pour dépenser et que la demande augmente au niveau de la production, entraînant des hausses de prix, à court terme du moins.

2 - L'augmentation du crédit, ce qui est, de fait, une augmentation du pouvoir d'achat et équivaut sur ce point à une création de monnaie. L'ensemble des consommateurs peuvent alors décider de consommer plus et augmentent ainsi la demande qui à son tour entraîne les prix à la hausse.

3 - L'anticipation de l'augmentation future des prix. C'est la psychose inflationniste. Le consommateur croit que les prix vont augmenter dans le futur. Il veut alors se protéger et s'assurer que son niveau de vie ne baissera pas. Donc, il inclut dans le salaire qu'il négocie pour 2 ou 3 ans, une partie des prix qu'il pense payer dans le futur. Ces augmentations de frais pour le patron, doublées de la peur de faire moins de profit et d'une hausse possible des frais bancaires, se soldera peut-être par une augmentation de ses prix.

De cette hausse de prix découle que tous veulent acheter maintenant parce qu'ils craignent de payer plus cher plus tard.

4 - Les causes peuvent aussi être à l'extérieur du pays, que l'on importe des matières premières qui coûtent plus cher qu'avant ou que notre monnaie se dévalue.

Les effets de l'inflation

1 - La richesse est redistribuée différemment dans les poches des producteurs, des détaillants, des travailleurs autonomes, du gouvernement ou des consommateurs.

2 - Les gens qui ont épargné de l'argent parce qu'ils envisageaient une consommation spécifique se voient souvent privés de ce bien.

3 - Les gens qui doivent de l'argent sont souvent gagnants au détriment des prêteurs puisque l'argent peut être prêté à 10% d'intérêt alors que le taux d'inflation est à 15% ou 20%. Lorsque l'emprunteur remettra la somme empruntée dans 10 ans, cette somme ne vaudra presque plus rien.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Tous les agents économiques sont touchés par l'inflation. A l'année 1 et à l'année 2 ce sont les ménages qui y sont particulièrement sensibles. A l'année 2 et à l'année 3, les producteurs commencent à sentir différentes formes d'inflation et y apportent des solutions dans les années 4 et 5.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Pendant le jeu, il faut voir avec les producteurs ce qu'ils font lorsqu'ils ont des demandes d'augmentation de salaires ou lorsqu'ils subissent une augmentation des coûts de matières premières, etc... Il faut identifier avec eux s'ils subissent une inflation par les coûts, une inflation importée, etc...

Au niveau des détaillants, il faut leur faire identifier s'ils augmentent leurs prix en fonction d'une augmentation de prix chez le producteur, en fonction de la demande pendant la période de vente, ou autrement.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Lors du retour-concept à l'année 2 et à l'année 3, il faut faire voir aux participants les différentes formes d'inflation vécues dans le jeu mais pas plus. L'animateur, ayant remarqué telle forme d'inflation dans le jeu, suscitera l'expression de certaines personnes sur le sujet, puis il complétera pour faire identifier aux autres ce type d'inflation.

Dans le jeu, nous voyons une inflation qui incite les gens à s'organiser pour se défendre contre des hausses qu'ils jugent inopportunes. Les uns, ceux qui bénéficient de la situation, essaient de nuire au succès de l'opération et les autres crient à l'injustice sociale.

Si le gel des prix et des salaires est proposé, il y aurait lieu d'obliger les instigateurs du projet à proposer la formation du gouvernement et à faire voter les gens sur le plan en question. L'animateur devra alors faire réfléchir les participants sur le problème de l'inflation. Il pourra à

l'occasion, comparer l'inflation a un cancer. Peut-on faire geler un cancéreux et expérer qu'après son dégel il sera guéri? Il serait intéressant de leur faire envisager des solutions à l'inflation, de leur demander pourquoi les fraises sont moins chères en été qu'en hiver, de les amener à envisager une augmentation de la productivité pour résoudre le problème.

L'inflation doit toujours être traitée en relation avec le pouvoir d'achat, le niveau de vie. Il faut que les gens considèrent le problème sans oublier qu'une montée des prix ne constitue pas à elle seule de l'inflation. Le prix des automobiles a augmenté beaucoup depuis 1925 et pourtant la part du salaire annuel devant être consacrée à l'achat d'une voiture diminue sans cesse.

Devrait-on renverser un gouvernement parce qu'il y a eu 100% d'inflation sous son règne? Et si les salaires ont doublé durant la même période?

LES FONCTIONS DU CREDIT

A) Définition des concepts

Donner du crédit consiste à échanger un bien en retour d'une promesse de paiement dans l'avenir. Quand on accorde du crédit à quelqu'un, on accepte dans une entente précise d'attendre pour être payé ou remboursé.

Le crédit à la consommation

C'est le crédit que l'on obtient pour consommer un bien ou un service maintenant. Dans le jeu, dès qu'un consommateur obtient du crédit pour satisfaire ses besoins en N.V.L., il obtient du crédit à la consommation.

Il y a différentes formes de crédit à la consommation:

1. Le crédit à la vente chez un marchand,

   Il consiste à prendre certaines ententes avec le marchand pour consommer ce qu'il vend sans avancer l'argent à ce moment là. Lorsque le consommateur s'entend directement avec le détaillant, il s'agit d'une vente à tempérament. Il pourrait aussi utiliser une carte de crédit.

2. Le prêt personnel direct,

   Cette forme de crédit se fait, dans la réalité, par des compagnies de finance, les banques, les caisses populaires etc... Il est possible de retrouver dans le jeu tous ces intermédiaires financiers de même que le prêteur solitaire qui n'est pas officiellement reconnu.

Le crédit à la production

C'est le crédit obtenu par un entrepreneur en vue de produire ou, plus généralement, d'obtenir des moyens de production. Il peut être obtenu par l'intermédiaire des particuliers, par la vente de divers types d'actions, par des banques, des caisses populairee ou d'autres institutions y compris le gouvernement.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Le crédit à la consommation est surtout utilisé à l'année 1 et à l'année 2 par les ménages.

Le crédit à la production est utilisé, en général, à l'année 3, 4 ou 5 lorsque les producteurs décident de s'industrialiser pour être plus productifs.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Au cours du jeu, à chaque fois que l'équipe d'animation se rend compte qu'un participant utilise le crédit, on l'invite à analyser les raisons qui l'incitent à le faire.

Souvent, le crédit est perçu systématiquement comme négatif. Il faudrait atténuer cette perception des choses et parler des achats de maison des jeunes mariés, des emprunts contractés par l'étudiant pendant ses études, etc...

Cependant, l'usage du crédit implique aussi un plan de remboursement réaliste qui évalue les futurs revenus de l'emprunteur le plus justement possible.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Lors du retour-concept, il serait bon de faire dire aux usagers du crédit pourquoi ils ont emprunté et de quelle forme de crédit il s'agissait.

LE ROLE DE LA MONNAIE

A) - Définition des concepts

La monnaie est un symbole qui peut être en métal, en papier, en fourrure ou autre, qui est accepté d'une façon générale par tous les agents économiques d'une société. C'est un outil, un instrument d'échange.

La monnaie métallique est faite d'or, d'argent, de nickel et jadis de cuivre.

La monnaie de papier qui a cours légal (qui est acceptée pour payer ou rembourser) n'a aucune valeur en soi sauf celle qu'on lui accorde.

La monnaie scripturale est celle que vous trouvez dans votre livret de dépôt. C'est la plus utilisée.

La quasi-monnaie est très facilement échangeable en billets de banque (chèque).

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts ?

La monnaie est présente dans le jeu dès le début mais le rôle de cette monnaie doit être envisagé par les participants d'un oeil nouveau lorsque l'arrivée des institutions financières dans le jeu fait intervenir l'usage de chèques.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

L'animateur doit soutenir le changement important qui s'opère entre l'année 1 et l'année 5 face au rôle de la monnaie

et aux différentes formes de monnaie qui verront le jour. Dans un premier temps, la monnaie sera un moyen d'échange. Dans la réalité, la monnaie a éclipsé le troc et révolutionné les échanges en accélérant les transactions.

Dans un second temps, la monnaie devient une unité de mesure. C'est la mesure de la valeur économique. Comme un certain montant de monnaie nous permet de nous procurer tel produit, la monnaie devient un outil qui permet d'évaluer notre niveau de vie futur.

Dans un troisième temps, la monnaie devient aussi un réservoir de valeurs. Par la monnaie, on peut déplacer dans le temps sa consommation. Elle est un entrepôt de consommation, une certaine assurance contre l'avenir incertain de nos approvisionnements.

L'équipe d'animation traitera tout au long du jeu de ce lien matériel entre les consommateurs et les entrepreneurs qui leur permet de parler le même langage. Il fera ressortir que la monnaie est un bien que l'on utilise non pas en le consommant mais en l'échangeant. Il est intéressant de discuter en petits groupes (surtout les actionnaires de la banque ou les sociétaires de la caisse) de ce qui fait qu'une monnaie a une plus ou moins grande valeur:

a. La confiance des gens qui sont plus ou moins convaincus de pouvoir l'échanger contre des biens et services.

b. La stabilité de sa valeur, sa force ou son pouvoir d'achat dans d'autres pays dans le futur.

c. La reconnaissance officielle de sa valeur marchande par l'Etat.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Les retours-concepts où il sera le plus question de la monnaie sont, par ordre d'importance, le dernier puis celui de l'année où une institution financière a vu le jour. Les responsables de la création de ces initiatives pourront alors s'exprimer sur le rôle de la monnaie suite aux échanges que vous avez eus avec eux.

Il serait bon d'amener les participants à se demander ce qui se passerait dans une société sans monnaie. La monnaie est pratique, elle se transporte facilement, se divise bien, se cache sans difficulté... même dans des bas de laine.

La monnaie est un bien rare, serait-elle abondante qu'elle perdrait de sa valeur, de son pouvoir d'achat et qu'il faudrait en avoir plus pour se procurer les biens qui, eux, sont limités.

LES HISTOGRAMMES ET GRAPHIQUES

L'animateur verra, lors du second retour-concept, à reprendre les principaux points de la première année tels le prix de revient, les études de marché et la capacité de production, pour étudier avec les participants l'évolution de ces concepts. L'usage des tableaux et des thermomètres est très utile pour ce deuxième retour-concept qui est souvent plus long que le premier. Les participants sont maintenant impliqués, ils en ont long à dire. C'est le tour des ménages plus que celui des producteurs et des détaillants.

La population totale ne devrait pas avoir varié à moins qu'il y ait eu des départs, des arrivées ou des naissances (apportées par les cartes d'incident).

La population active aura probablement changé et il serait bon de voir la relation avec le niveau de vie des gens.

Le chômage est très rare à ce moment du jeu.

Le volume de la production industrielle aura changé si les producteurs ont changé leur structure de production. Il serait bon de savoir ce qui a poussé les producteurs à produire plus, ou moins, ou la même chose.

Le P.N.B. a-t-il suivi l'augmentation de la production industrielle? Si oui, dans quelle proportion? Pourquoi en est-il ainsi?

L'indice des prix doit être déterminé avec les participants (ou leur être expliqué) et on doit chercher le pourquoi de la variation des prix.

L'inflation doit être calculée et la méthode de calcul doit être montrée aux participants. On s'interrogera ensuite à savoir si cette inflation (ou déflation) a eu des conséquences sur le niveau de vie des consommateurs.

Le tableau du niveau de vie moyen pourra être utilisé dans cette analyse de l'inflation.

On termine par un regard sur les thermomètres des producteurs et des détaillants. Si un groupe d'entrepreneurs a amorcé une dégringolade, l'animateur doit profiter de l'occasion pour leur faire réaliser que s'ils continuent comme cela, ils se dirigent vers la faillite. Il leur rappellera qu'ils doivent se comporter comme dans la réalité et ne pas persister à vendre à perte.

ANNEE 3

LES INTERMEDIAIRES FINANCIERS

A) - Definition des concepts

Les intermédiaires financiers peuvent être des institutions financières publiques ou privées ou encore des institutions para-bancaires publiques ou privées.

Ce sont des individus ou des groupes d'individus, qu'ils soient à titre privé, public ou réunis en coopérative, qui voient à mettre en relation des gens ayant des besoins financiers et d'autres qui sont prêts à offrir de l'argent en échange de garanties ou de services équivalents.

Institution.para-bancaire.publique

Ce serait une institution comme la Banque fédérale de développement, la Société pour l'expansion des exportations, etc.

Institution.para-bancaire.privée

Ce serait une institution du type de la Caisse d'entraide économique, la Caisse populaire, etc...

Institution.financière.publique

Ce pourrait être le Crédit agricole, la Société centrale d'hypothèque et de logement, le Régie des rentes du Québec, la Caisse de dépôt et de placement, etc.

Institution.financière.privée

Ce sont, par exemple, la Société de fiducie, les compagnies d'assurances, les compagnies de finance, les bourses de valeurs mobilières, les banques, etc.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Tous les participants réalisent à un moment du jeu que les intermédiaires financiers leur manquent. C'est, en général, à l'année 3 et peut-être avant pour ceux qui n'ont pas assez d'argent pour se procurer le minimum vital.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Avant la création d'une banque ou d'une Caisse populaire, l'équipe d'animation doit faire sentir aux participants qu'ils gardent de grosses sommes d'argent entre leurs mains. Il lui faut aussi souligner que les transactions sont beaucoup trop longues et que plusieurs passent énormément de temps à manipuler de l'argent.

L'animateur ne devra jamais laisser passer un commentaire tel que: "Il n'y a pas assez d'argent dans le jeu". Il devra alors riposter qu'il y en a dans des bas de laine.

Lors de la création d'une institution financière, l'animateur devra présenter aux instigateurs leur rôle de façon encourageante car le travail à accomplir sera difficile au début. En effet, ils auront à vendre les bienfaits d'une institution financière à des gens qui sont très préoccupés par d'autres problèmes.
De plus, l'animateur doit être conscient que l'épargne, sans demande d'investissement, n'est pas viable à long terme.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Lors du retour-concept qui suivra la première année d'opération de la banque ou de la caisse, il sera important de montrer sur le tableau l'allure nouvelle de la société depuis cette création de services financiers.

Il pourra alors être question de production accrue, de technologie nouvelle, de nouveaux producteurs, de nouveaux détaillants.

LES FORMES DE CAPITAL

A) - Définition des concepts

Le capital est l'ensemble des biens économiques qu'un individu ou un groupe d'individus peut consommer ou encore utiliser pour fins de production.

Le capital inclut donc les biens comme des outils mais aussi la monnaie, les mines d'uranium, le potentiel hydro-électrique (au Québec, par exemple), etc.

De la notion de capital sont exclus les biens périssables de même que les personnes.

La notion de capital fait référence au pouvoir de production dans le futur.

Le capital peut être du stock. Par exemple, dans le jeu il y a du capital représenté par des biens de dépannage et d'autres types de biens non périssables chez les détaillants et chez les producteurs. Ces inventaires sont des surplus non consommés et peuvent être calculés dans le bilan du producteur ou du détaillant.

Le capital peut être aussi un stock de monnaie qui, lui, a une valeur nominale.

Le capital peut être technique. Ainsi le potentiel de production de 80 points ou autre est dû à des compétences et à l'organisation propre de chaque entreprise. D'autre part, la capitalisation que l'on fait en instruisant des hommes augmente les possibilités productives de ces travailleurs. Ainsi, il est

possible de prévoir des rendements futurs différents pour un travailleur agricole non qualifié et pour un agronome. Dans le même ordre d'idée, la recherche de nouveaux procédés de production constitue aussi une forme de capitalisation largement utilisée dans les sociétés développées.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Les producteurs et leurs employés vivent principalement ce concept sous les formes citées plus haut.

Le capital financier est assez facilement identifiable par tous les participants.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

L'apport de capital technique dans le jeu doit être stimulé par l'animateur. Les personnes qui détiennent un diplôme de par la distribution des rôles du début n'exploiteront peut-être pas ce potentiel si l'animateur ne les incitent pas à s'en servir.

Enfin, beaucoup de capitaux sont sous [illegible]isés lorsqu'ils ne sont pas disponibles au moment appro[illegible] est le cas des bas de laine des ménages, qui, une fois rendus aux mains des producteurs, leur permettent de produire plus et de façon plus efficace. L'animateur doit donc être très stimulant à ce niveau.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Lors du retour-concept, l'animateur peut laisser les instigateurs d'initiatives nouvelles s'exprimer sur la forme de capital qui leur a été la plus utile. Il importe d'attendre que les diverses formes de capital aient été utilisées avant d'en traiter au retour-concept.

LE TAUX D'INTERET

A) - Définition des concepts

Le taux d'intérêt est le coût ou le loyer de l'argent. Cet argent peut servir à acheter des biens de consommation ou des biens de production. Le taux d'intérêt est fixé compte tenu d'une série d'éléments dont voici les principaux:

a. Le risque qu'une partie de l'argent soit perdu à cause d'une faillite ou de la mauvaise foi de l'emprunteur doit être prévu.

b. La quantité d'argent qui est demandée par rapport à l'offre d'argent sur le marché est importante à considérer.

c. L'épargnant décidant de déplacer dans le temps la satisfaction d'un besoin de consommation, il considère qu'il risque de devoir payer plus cher le produit dont il se prive maintenant, lorsqu'il sera en mesure de se le procurer. Il vise donc à sauvegarder son pouvoir d'achat en exigeant de l'intérêt.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ce concept ?

Les responsables des institutions financières dans le jeu, de même que les emprunteurs, vivent ce phénomène intensément l'année qui suit la création de l'institution financière car les intérêts sont payables à la deuxième année d'existence de la caisse ou de la banque.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Il faut interroger les responsables de la caisse ou de la banque sur le taux d'intérêt qu'ils chargeront. Il faut aussi

leur demander pourquoi ils ont fixé leur taux d'intérêt à cette valeur plutôt qu'à une autre et pourquoi enfin certains acceptent de prêter à un certain taux tandis que d'autres demandent un taux très supérieur, si c'est le cas.
Il serait bon d'aider les responsables à analyser les différentes composantes d'un taux d'intérêt. En premier lieu, ils doivent savoir quel taux d'intérêt les prêteurs veulent obtenir pour leurs épargnes. En deuxième lieu, ils doivent ajouter à ce montant les frais d'opération de l'institution financière en tenant compte du volume de prêts minimal à effectuer pour que tous les frais soient couverts. Il ne restera plus qu'à déterminer l'écart qu'ils veulent entre les taux pour que l'opération soit rentable, l'animateur veillera à arrondir les taux à 5% près pour éviter des complications inutiles d'administration.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Lors du retour-concept, il serait bon d'amener les personnes qui ont offert de prêter à des taux différents de s'expliquer. Ceci pourrait permettre à l'animateur d'expliquer ce qui détermine un taux d'intérêt.

Quant à la notion de rentabilité des projets d'investissement, elle pourrait être traitée avec les emprunteurs mais sans insister pendant le retour-concept.

L'animateur qui s'en sent capable pourrait aussi aborder la question de l'impact économique d'une hausse des taux d'intérêt.

INFLATION ET PRODUCTIVITE

A) - Définition des concepts

La productivité des travailleurs est le rapport entre le volume produit et le nombre de travailleurs affectés à cette production. Mais on doit donner une valeur marchande au volume produit pour pouvoir comparer la productivité de travailleurs totalement différents.

C'est une façon de présenter le sujet qui semble dire que seule une augmentation du travail de l'homme peut accroître la productivité. Cependant, en réalité, la productivité peut aussi être augmentée autrement et le jeu le montre bien. La productivité est souvent différente d'un Etat à l'autre à cause des richesses naturelles, des techniques de production, de l'organisation des entreprises, des coûts de transport, des distances aux marchés, etc. qui sont différents.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Les producteurs sont confrontés avec des problèmes de productivité dès qu'ils cherchent à être plus compétitifs.

L'ensemble des participants, lors des retours-concepts, est mis en contact avec ceux qui ont des problèmes au niveau de la productivité. Au dernier retour, il est principalement question de ce concept et de sa relation avec l'inflation.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Tout au long du jeu, les participants verront des manifestations de l'inflation. Il faut donc les faire réfléchir sur ce qui pourrait amener une baisse relative des prix. L'inflation importante que l'on peut constater dans le jeu est souvent causée par un amortissement trop rapide de la mécanisation ou de l'innovation technologique (souvent 100% sur un an). Cependant, ces améliorations au niveau de la production devraient normalement entraîner une baisse des prix si l'amortissement était fait de façon logique.

L'animateur devrait demander aux participants en cours du jeu comment ils pourraient globalement consommer plus, mais la discussion en profondeur de cette question ne sera faite qu'à la fin du jeu.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Lors du retour-concept, l'animateur revient sur la question lancée en cours de jeu en ce qui a trait à la possibilité pour les participants de consommer davantage. Il donnera l'exemple d'un gâteau que l'on veut se partager.Au départ chaque morceau est de même grosseur et coûte $0.50 pièce. Si les clients désirent tous avoir un plus gros morceau comment alors satisfaire tout le monde?

La demande pour un plus gros morceau de gâteau fera alors augmenter le prix de chaque pièce. Si tous ont les mêmes moyens et les mêmes désirs, personne ne réussira à remplir plus son estomac. Si par contre, certains ont des moyens supérieurs aux autres, certains perdront leur dessert sans que le groupe n'ait globalement satisfait son désir d'avoir un plus gros morceau de gâteau.

Comment alors faire en sorte que tous puissent avoir une plus grande part? La seule façon est d'augmenter le volume du gâteau. Même s'il en coûte un peu plus pour le gâteau dans son entier, il sera alors possible de maintenir ou d'augmenter le niveau général de la consommation.

L'animateur peut alors revenir à la société P.I.C. et interroger les participants de la façon suivante: "Si chaque individu ne produit pas un peu plus, comment penser qu'en additionnant la production de l'un et de l'autre, la production totale sera augmentée et qu'il sera possible de consommer plus?"

On pourra ensuite étudier ensemble quelle est la réaction des autres pays lorsque les prix des biens que l'on produit augmentent et comment le manque de productivité devient alors source de chômage.

DEMANDE GLOBALE

A)- Définition des concepts

La demande globale, c'est l'ensemble des biens et services demandés à la structure de production d'un pays. Il s'agit de la demande en biens et services aussi bien au niveau de la consommation qu'à celui des entreprises, du gouvernement ou de la demande nette des pays étrangers (exportations-importations).

b) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Lors des 4ème et 5ème retours-concepts, les participants seront tous impliqués au niveau de la demande globale.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Lorsque les producteurs décident d'augmenter leur production au delà de 80 points, ils doivent se procurer plus de facteurs de production (main-d'oeuvre, capitaux, service financier). Cet accroissement des dépenses donne aux ménages ou aux autres agents économiques plus de pouvoir ou de moyens financiers et contribue à augmenter la consommation, par le fait même. Il y a alors une demande plus importante. Donc, la demande globale est en relation étroite avec le revenu national. Il serait intéressant que l'animateur interroge les producteurs en cours de jeu sur les impacts d'une diminution de la production, donc de mises à pied.

L'animateur rencontrera une hésitation marquée au niveau des producteurs en général en ce qui a trait à toute augmentation de la production. En effet, ils ne veulent pas avoir de surplus, ils veulent être en situation d'équilibre avec la consommation.

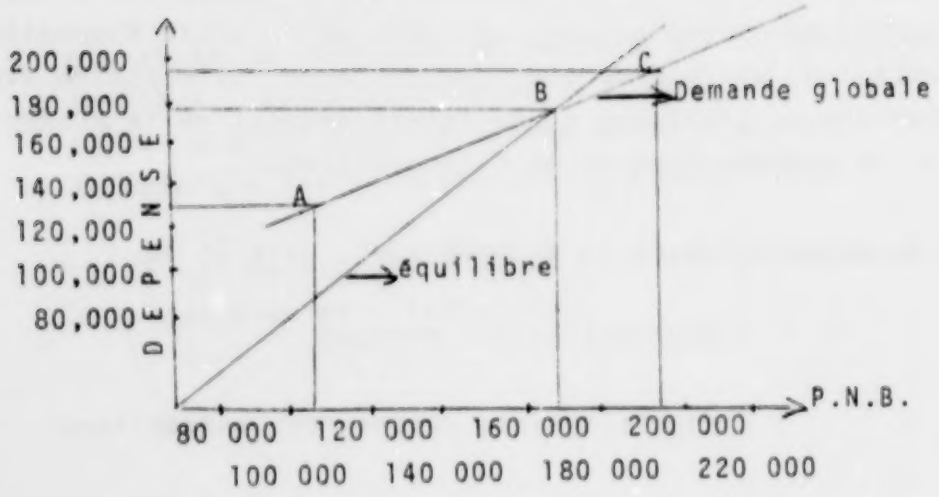
Les producteurs, tout comme les détaillants, préfèrent sous-alimenter la demande pour écouler facilement leurs stocks et, qui sait, augmenter leurs prix et faire plus de profit. L'animateur doit leur démontrer que cette façon de voir les choses n'enrichit pas la société dans son ensemble et peut même l'appauvrir si les consommateurs sont contraints d'utiliser des biens de dépannage.

Les instigateurs des iniatives:Ecole, Garderie ou autre, se demandent eux aussi s'ils trouveront preneurs pour les services qu'ils offrent. L'animateur devra leur faire réaliser que les consommateurs auront alors un choix plus grand de biens et services. Cependant, la dépense nationale absorbera-t-elle cette augmentation de production nationale?

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Au retour-concept, on peut commencer par faire la relation entre le total des salaires payés et le P.N.B. Il faut alors présenter le problème de l'équilibre général de l'économie. Voici un graphique utile:

N.B. Voir graphique à la page suivante.



Nous y voyons que lorsque la production nationale brute (PNB) est de 100,000$, la dépense totale, c'est-à-dire les besoins des agents économiques, est de 138,000$ environ. Voyant cela, les producteurs comprendront qu'ils peuvent produire plus, les détaillants en concluront qu'ils doivent acheter plus s'ils entrevoient le même type de demande l'année suivante.

Entre le point A et le point B, on voit que la dépense est satisfaisante car elle est plus grande ou égale à la production. Au point C, la dépense est inférieure à la production et il y aura surplus, donc augmentation des stocks, à ce moment là, s'il n'y a pas d'exportation. Le point B représente l'équilibre, c'est-à-dire qu'à ce point, consommation égale production. Tout point à la gauche de B indique qu'il faut produire plus et l'inflation par la demande peut être perçue par les participants en regardant la courbe de plus près.

La discussion peut ensuite évoluer vers les prédictions des participants en ce qui concerne les conséquences d'une diminution de la production. Le cycle de la crise économique de 1929 peut alors être expliqué de façon rudimentaire avec les impacts de l'épargne et du ralentissement de la production, de la consommation et de l'investissement.

Les composantes de la demande sont, dans le jeu:

C (consommation des ménages)
+
I (investissement, dépense des entreprises)
+
G (dépense du gouvernement)
+
X-M (exportation - importation)

La somme de ces diverses composantes égale la demande globale. Cependant, on doit tenir compte des fuites, du fait que le consommateur augmente ses dépenses lorsque ses revenus s'accroissent et du fait que les injections économiques telles les dépenses de gouvernement, des investisseurs et des pays étrangers sont exogènes.

Il serait bon de terminer le retour en demandant aux participants ce que Franklin Roosevelt a fait pour renverser la vapeut lors de la crise de 1929.

HISTOGRAMMES ET GRAPHIQUES

L'analyse des tableaux se poursuit en mettant l'accent sur le P.N.B., sa relation avec le niveau de vie et l'inflation et sa relation avec le volume de la production industrielle, de même que les services qui se sont ajoutés.

Le niveau de vie devra aussi être mis en relation avec l'indice des prix et l'inflation.

ANNEE 4

LA CONCURRENCE

A) - Définition des concepts

La concurrence, c'est l'expression plus ou moins parfaite d'une opposition au plan économique. Il y a opposition parce qu'il y a recherche d'un même objectif par des agents différents.

Etre en concurrence, c'est s'opposer.

La concurrence s'exprime dane le contexte d'un marché. Or,il y a plusieurs types de marchés. Les voici:

Le marché de concurrence parfaite

Il est rare ou inexistant à l'état pur car il faut pour qu'il existe une série de conditions qui sont quasi impossibles à réunir en même temps. En voici quelques-unes:

a - Informations parfaites des consommateurs sur le produit.

b - Absence d'obstacle à l'entrée d'un concurrent sur le marché.

c - Produits également disponibles à tous les consommateurs.

d - Absence d'élément régulateur des prix.

e - Aucune possibilité d'influencer les prix sur un grand marché de la part du vendeur ou de l'acheteur.

f - Mobilité parfaite de l'ensemble des facteurs de production y compris la main-d'oeuvre et les capitaux.

Le marché monopolistique

1. Le monopole

C'est le marché caractérisé par un seul vendeur et plusieurs acheteurs.

Dans le jeu, il peut s'agir d'un seul producteur ou d'un seul détaillant. Il peut aussi y avoir monopoles sur certains produits ou services (par exemple: l'école).

2. Le monopsone

C'est le marché caractérisé par un seul acheteur et plusieurs vendeurs.

Dans la réalité, c'est le cas de producteurs de matériel militaire qui font affaire avec le gouvernement.

Dans le jeu, ce serait le cas si, par exemple, tous les détaillants se regroupaient d'une quelconque manière en vue de faire leurs achats en une seule transaction.

3. Le monopole bilatéral

C'est le marché caractérisé par un seul vendeur et un seul acheteur.

Dans la réalité, on peut avoir ce genre de monopole lorsque le syndicat regroupe tous les travailleurs d'un secteur pour négocier la convention collective avec l'employeur.

4. Le duopole

C'est le marché qui est divisé entre deux vendeurs.

5. L'oligopole

C'est le marché qui est caractérisé par quelques gros vendeurs et plusieurs acheteurs.

Cette forme de concurrence est très près de celle du jeu. Cependant, dans le jeu, la concurrence se fait par les prix car les produits sont identiques. On en arrive donc à un type de concurrence qui n'est pas monopolistique mais pas parfaitement concurrentielle puisque dès qu'un détaillant baisse son prix, il influence très rapidement le prix de ses compétiteurs. Quand les gens sont dans ce type de marché, la réaction des compétiteurs est très importante. C'est la guerre des prix, le marketing est très important pour attirer les consommateurs, c'est presque la loi de la jungle.

Dans la réalité, les compagnies de papier du Québec sont dans cette situation.

Cependant, si l'oligopole est organisé, il y a alors CARTEL. Le cartel peut se manifester par la fixation des prix mais aussi par la fixation de quantités à produire. C'est une sorte de contrat qui est interdite officiellement dans la plupart des secteurs économiques car c'est contraire à la concurrence et cela favorise la concentration.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts ?

Tous sont concernés, pendant le jeu, par cette question de la concurrence.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

On trouve dans le jeu toutes les formes de marché, de la concurrence au monopole. Le rôle de l'équipe d'animation est très important au niveau des contrôles des types de

marchés. Il faut veiller à ce que les règles ne soient pas transgressées sans quoi les différentes formes possibles de marchés et leurs conséquences économiques ou sociales ne pourront pas être comprises.

Si un monopole s'établit au niveau d'un produit, il faudra interroger le détaillant ou autre entrepreneur pour savoir s'il a haussé son prix en vue de le rapprocher du produit substitut (bien de dépannage). S'il ne l'a pas fait, il faudra interroger ce participant sur les raisons qui l'ont poussé à ne pas profiter de sa situation.

A chaque fois que les prix changent, qu'il s'agisse de ceux des produits ou des salaires, l'animateur doit essayer de savoir pourquoi:

pourquoi le prix du point est-il augmenté?

pourquoi les biens de dépannage sont-ils plus chers?

pourquoi l'oeuvre d'art est-elle plus chère ? la nourriture?

pourquoi les salaires sont-ils augmentés?

Il faut continuellement rappeler aux entrepreneurs que la concurrence doit être la plus forte possible.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

L'année 4 se prête généralement à une discussion avec les participants sur la question de la concurrence. Ce n'est évidemment pas la seule.

Il y aurait lieu d'expliquer l'évolution des marchés dans le jeu en utilisant les données présentées plus haut mais en restant dans le contexte du jeu, de l'expérience des participants.

P.I.C. est un jeu où,comme dans la réalité, le monopole et la concurrence sont présents.

Ainsi, nous voyons dans le jeu apparaître la concurrence monopolistique lorsque chaque producteur et chaque détaillant, compte tenu de la part de marché qu'il détient, essaie d'exercer une certaine pression sur le consommateur ou sur son employé, et que cette pression n'est pas absolue.

Les entreprises, dans le jeu, essaient de différencier leur produit par de la publicité ou en offrant des services de crédit, etc...

L'ORGANISATION DES TRAVAILLEURS

A) - Un syndicat est une association de travailleurs qui ont pour but de veiller à leurs intérêts en tant qu'employés. Pour ce faire, ils établissent,de concert avec le patron, un contrat qui établit l'ensemble des conditions de travail qui prévaudront pendant une période donnée.

La convention collective constitue donc un contrat et elle est signée par les représentants syndicaux pour l'ensemble des travailleurs de l'unité de négociation.

N.B. Les termes:conciliation, arbitrage etc, sont traités dans le guide sous le titre "Convention collective"

Il y a plusieurs types de syndicats. Dans le jeu, nous avons des syndicats industriels. Ce type de syndicat réunit tous les employés d'une même entreprise et il importe peu que tous exercent ou non le même métier.

Dans la réalité, il y a les syndicats de métiers. Ces syndicats réunissent les travailleurs qui pratiquent le même métier bien qu'ils puissent avoir des employeurs différents. Les centrales syndicales (C.S.N., F.T.Q., C.E.Q., C.S.D.) sont des regroupements de syndicats locaux dans le but de se donner un plus grand nombre de services et un plus grand pouvoir de négociation.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts ?

Les employés des producteurs et, à l'occasion les enseignants s'intéressent surtout à l'organisation des travailleurs.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Lorsque les employés se plaignent de leur piètre niveau de vie en regard des profits des producteurs, il faut leur suggérer de s'organiser.

Plusieurs parleront de former un syndicat, mais peu se décideront à passer aux actes parce que le producteur réagit souvent en augmentant les salaires.

Il importe de donner le document sur la formation d'un syndicat dès que quelqu'un demande si la syndicalisation est possible.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept

La syndicalisation ne se fera pas à tous les jeux. Cependant, il faut faire remarquer aux participants que le simple fait de commencer à s'organiser, même si le syndicat ne voit pas le jour, incite souvent le patron à considérer la force ouvrière.

LES OBJECTIFS DU GOUVERNEMENT

A) - Définition des concepts

Le plein emploi, la stabilité des prix, la croissance économique et l'équilibre de la balance des paiements sont les principaux objectifs économiques de tout gouvernement. Pour atteindre ces objectifs d'ordre macro-économique, il lui faut faire des choix car certaines options s'offrent à lui.

Voyons ce que sont ces objectifs:

Le plein emploi

Théoriquement, le plein emploi existe quand il n'y a pas du tout de chômage, mais, en réalité, un taux de chômage de 3 à 4% est considéré comme du plein emploi.

Donc, rechercher le plein emploi, c'est combattre le chômage, le gaspillage d'un des facteurs de production qui ne peut être emmagasiné: la main-d'oeuvre.

Le chômage occasionne des pertes de production mais il a aussi un coût social qui se manifeste tant au point de vue familial, qu'individuel. C'est pourquoi le gouvernement s'en préoccupe tellement.

La stabilité des prix

Rechercher la stabilité des prix c'est rechercher un équilibre dans la distribution du revenu national entre les agents économiques. Par équilibre, il faut entendre que la distribution des revenus dans l'économie ne soit pas perturbée de façon importante à court terme.

Quand les prix chutent ou montent, il y a déplacement du pouvoir d'achat, donc déséquilibre.

La croissance économique

La croissance économique est l'augmentation du P.N.B. réel et du revenu réel per capita. Croissance n'égale pas développement: il peut très bien y avoir croissance sans développement et vice versa.

Dans le jeu, il y aura développement économique lorsque la structure de production changera permettant plus de loisirs, une réaffectation plus judicieuse des ressources, etc...

Cependant, si par exemple, il y avait beaucoup de naissance pendant l'année où le changement de structure se produit, la croissance ne s'en trouverait pas atteinte.

L'équilibre de la balance des paiements

Ce concept n'est que peu souvent exploité dans le jeu. Il le serait s'il y avait exportation de produits et importation de main d'oeuvre ou de techniques. Cependant, comme ce concept ne peut être analysé à court terme sans donner de fausses impressions, il serait préférable de ne l'aborder qu'avec réserve et pour répondre à un besoin d'information spécifique d'un ou de quelques participants.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Le problème de chômage n'est vécu que par peu de personnes et peu longtemps. A l'occasion, il y aura du chômage parmi les enfants.

La stabilité des prix et la croissance économique sont des questions qui préoccupent tous les participants car ils sont en relation étroite avec le niveau de vie.

La balance des paiements, comme il est indiqué plus haut, ne s'adresse qu'à quelques individus et sous réserve.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Au début du jeu, certaines personnes qui restent à la maison sont en chômage sans en être conscientes. Il y aurait alors lieu de faire réaliser la différence entre retirer des prestations d'assurance-chômage et être sans emploi.

Pendant le jeu, il pourrait être intéressant de demander aux participants qui sont les responsables de la non-stabilité des prix et qui sont ceux qui en souffrent ou en bénéficient.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Il importe de démontrer, lors du retour, l'aspect exclusivement négatif du chômage pour tout gouvernement et pour toute société.

S'il y a un gouvernement, il serait bon d'analyser les gestes posés en vue de solutionner le problème de la non-stabilité des prix.

Au sujet de la croissance, on pourrait voir l'augmentation du P.N.B., du niveau de vie et du volume de la production industrielle, le développement des services, le niveau de l'investissement et l'évaluation de la productivité. Il y aurait lieu aussi de discuter les coûts de la croissance avec les participants.

Parmi les quatre grands objectifs du gouvernement, certains sont lancés dans le débat politique en même temps, car il est souvent difficile de faire des choix et un ordre de priorité.

LES ROLES ECONOMIQUES DE L'ETAT

A) - Définition des concepts

Pour réaliser certains de ses objectifs, l'Etat détient certains leviers qui agissent sur l'économie. En utilisant certains de ces leviers, il exerce une influence sur l'économie. On peut décrire quelques rôles économiques de l'Etat.

Réglementer

L'Etat peut faire des lois qui pourront tout aussi bien affecter le consommateur que le producteur. Si l'Etat croit que des agents économiques, en agissant pour leurs intérêts personnels, nuisent à l'intérêt général, il peut les réglementer et ainsi contrôler leurs activités.

Stabiliser l'économie

En utilisant son pouvoir politique, l'Etat peut freiner la dépense des consommateurs ou inciter les producteurs à l'investissement pour que la croissance économique ne fasse pas d'écart trop prononcé. Ainsi, il peut faire pression pour que la demande globale croisse ou diminue, etc...

Redistribuer les revenus

L'Etat influence l'économie de façon certaine quand il enlève du pouvoir d'achat à certains groupes d'individus plus privilégiés pour le donner à d'autres moins fortunés. Ce rôle, qui devient de plus en plus sophistiqué, a une importance sans cesse grandissante dans notre économie.

Protéger

Les droits des individus, des minorités et des consommateurs doivent être protégés sans quoi la société serait soumise à des tensions continuelles et elle ne pourrait être un terrain propice au développement économique et social. C'est pourquoi l'Etat assure la protection de la vie des individus, de leur propriété, etc...

Produire

L'Etat est l'un des producteurs les plus prolifiques de notre société, surtout au cours des 20 dernières années. La part de l'augmentation du P.N.B. attribuable à l'Etat est de plus en plus grande.

Une multitude de services sont produits par le gouvernement et ce dernier se trouve, à l'occasion, en situation de concurrence avec le secteur privé.

Ce rôle est des plus importants et touche quelquefois des secteurs qui, laissés à la libre entreprise, deviendraient des monopoles inaceptables. (ex. l'hydro-électrique)

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Dans le jeu, ce sont d'abord les instigateurs du gouvernement qui sont intéressés par ces concepts. Puis tous les participants le deviennent lors de la création effective du gouvernement en assemblée générale.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Toutes les demandes de création de gouvernement ne se rendent pas à terme. Il faut que le désir des instigateurs et de ceux qui les supportent soit fort pour que le projet prenne forme.

L'animateur devra s'assurer que les responsables sont conscients des objectifs fondamentaux du gouvernement et des rôles économiques de l'Etat. Lors de la présentation de son projet, le proposeur devrait être en mesure d'expliquer ces objectifs et ces rôles à l'assemblée.L'animateur interviendra le moins possible à cette étape.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept

Il sera peu question de la création du gouvernement lors du retour-concept qui suit immédiatement l'année de sa création. On y reviendra avec profit au retour-concept suivant pour vérifier si le gouvernement a atteint ses objectifs, s'il a joué les rôles qu'il se proposait de jouer et pourquoi, le cas échéant, il a eu des difficultés à le faire.

Les tableaux sur le P.N.B., le niveau de vie et le chômage seront alors utiles pour analyser la situation.

L'ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

A) - Définition des concepts

Entreprises à propriétaire unique

Les producteurs et les détaillants sont dans cette situation au début du jeu. Cette forme d'organisation est caractérisée par le fait qu'un seul propriétaire détient le protefeuille et que l'entreprise est liée directement à l'individu. Donc, lorsque l'entreprise va bien, l'individu va bien aussi et lorsque l'entreprise fait faillite, le propriétaire n'est pas protégé en ce qui concerne ses biens personnels. Souvent, l'entreprise meurt en même temps que le propriétaire. Ce genre d'entreprise est très fréquemment rencontrée au Québec. Ces entreprises sont très faibles face à la concurrence.

Société (entreprises en nom collectif)

La société regroupe 2 ou plusieurs personnes qui sont conjointement responsables des gestes économiques posés par la société (exception faite pour la société en commandite). Une poursuite peut, par exemple, être faite sur le dos du plus riche.

Cette forme d'organisation n'est pas très recommandable mais elle présente quand même certains avantages (par rapport à l'entreprise à propriétaire unique surtout):

- Elle est facile à créer et à dissoudre, elle permet à des gens ayant des qualités différentes de se réunir en affaires, elle permet (contrairement à la compagnie) d'éliminer la double imposition et elle favorise l'accès à certaines formes de crédit.

Entreprise à responsabilité limitée (compagnie)

La compagnie à responsabilité limitée est une personne morale différente de ses propriétaires. C'est un nouvel être économique qui ne lie ses propriétaires que selon le nombre d'actions qu'ils détiennent ou selon les biens qu'ils ont investis dans la compagnie .

Les décisions sont prises sur les détenteurs d'actions ordinaires et ce, en fonction du nombre d'actions possédées.

C'est la forme d'organisation qui comporte le plus grand nombre d'avantages. Mais voyons quelques notions liées à la compagnie:

1. Les actions ordinaires

L'action ordinaire représente une partie indivisible de la compagnie, elle rend son détenteur propriétaire d'une fraction de la compagnie. L'action accorde le droit de vote sur les décisions de la compagnie (orientations, choix des administrateurs, etc...) Si une personne détient 50% des actions ordinaires + 1, elle a alors le contrôle absolu de la compagnie en question.

L'action rapporte un dividende en fonction des profits faits. Ele peut perdre toute valeur advenant une faillite et elle se transige à la bourse, de façon générale, si elle est cotée.

2. Les actions privilégiées

C'est une forme d'obligation que la compagnie prend à l'endroit d'un créancier.Le détenteur de ce genre d'actions a le

privilège d'être remboursé avant les autres actionnaires ou créanciers advenant une faillite ou une dissolution. Il reçoit un taux d'intérêt fixe .

Coopérative

La coopérative est une association de personnes qui opèrent une entreprise avec une forme de gestion qui, sous bien des aspects ressemble à celle de la compagnie, mais dont la propriété et les objectifs sont différents de cette dernière.

L'objectif premier d'une coopérative est de fournir à ses membres des biens ou services à un prix inférieur à celui des autres entreprises qui ont, elles, pour but de réaliser des profits.

Les coopératives se caractérisent par une idéologie qui en fait un système économique bien particulier. C'est au niveau de la propriété, de l'administration et du partage des bénéfices que se distinguent les coopératives.

Les propriétaires des coopératives en sont les utilisateurs, habituellement. La répartition des bénéfices, dans une coopérative, s'appelle ristourne, et elle tient normalement compte de l'activité du membre au sein de la coopérative.

Les coopératives ont un obstacle important à franchir: elles doivent être efficaces, rentables et démocratiques. Elles y sont parvenues dans de nombreux secteurs, mais au fur et à mesure que leurs activités se rapprochent des grosses entreprises la difficulté s'accentue.

Concentration

Les différentes formes de concentration sont le fruit d'un développement de la production de masse et, souvent, d'économies d'échelle. Ce phénomène moderne ne cesse de s'accentuer dans les secteurs de l'information, du pétrole, des ordinateurs, de la machinerie lourde, etc... C'est le contrôle d'un marché par un nombre de plus en plus restreint d'entreprises. Il y a deux sortes de concentrations:

1. La concentration horizontale

   La concentration est horizontale lorsque deux ou plusieurs firmes spécialisées dans le même secteur se réunissent en une seule. Exemple: une boulangerie qui en achète 20 autres).

   La concentration verticale

   La concentration sera verticale lorsqu'une entreprise essaiera de contrôler une plus grande partie du processus de production. Dans certains cas, l'entreprise partira même de l'étape extraction de la matière première et se rendra jusqu'au produit fini.

Conglomérat

C'est un regroupement d'entreprises n'ayant aucun lien commercial entre elles. L'une peut produire de l'acier, l'autre du blé, une autre peut être une compagnie d'assurances ou de transport, etc... Ceci existe dans le but de diversifier les risques et de se protéger contre les fluctuations du marché. En termes plus populaires, cette forme d'entreprise ne met pas tous ses oeufs dans le même panier!

Holding

Le holding permet de contrôler discrètement des compagnies en détenant une part importante mais pas toujours majoritaires des actions. C'est par une série de relations entre ces différentes compagnies que le pouvoir du holding se fait sentir. Exemple: A achète de B, B achète de D et D vend à C. C'est de la gestion de portefeuille (Ex.: Power Corporation).

Trust

C'est une forme de holding plus poussée. Le trust vise à faire disparaître l'entité des compagnies fusionnées et à les diriger majoritairement.

Multinationale

C'est une entreprise qui a des filiales dans plusieurs pays, que ces filiales soient des points de vente ou de production. Ainsi, lorsque l'une des filiales est aux prises avec un conflit de travail dans un pays, une autre filiale d'un autre pays reçoit la commande et rien n'est changé pour le client. Cette façon de procéder permet aussi de transférer des profits d'une filiale à l'autre quand la deuxième est moins imposée que la première.

La multinationale se finance de fonds qui proviennent de nombreux pays et elle a souvent un pouvoir politique insoupçonné.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Les participants qui travaillent chez les producteurs seront au courant de l'organisation de l'entreprise sous l'aspect division des tâches, marketing, gestion du personnel, etc...

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Pendant le jeu, l'entreprise évolue beaucoup dans certains cas. Au départ, il s'agit d'entreprises à propriétaire unique, mais certaines deviennent des coopératives, d'autres des compagnies; il peut aussi se faire certaines concentrations.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Lorsqu'une forme d'entreprise se crée dans le jeu, il convient de faire expliquer la nouvelle structure par le responsable et de compléter ses propos.

HISTOGRAMMES ET GRAPHIQUES

Au quatrième retour-concept on n'insiste pas sur les tableaux à moins que le quatrième année soit la dernière. Dans ce cas, l'animateur peut se référer a l'année 5 où il sera question du dernier retour-concept.

L'ANNEE 5 OU
LA DERNIERE ANNEE

L'année 5 est la conclusion du jeu, c'est l'ouverture sur la réalité de tous les jours, sur les affrontements entre les agents économiques, sur les diverses façons d'envisager les politiques économiques, sur la "vraie vie".

Cette année n'est pas toujours jouée, faute de temps. La démarche que les participants font en fin de jeu est cependant la même, s'il s'agit de la 4ème année. C'est démarche consiste à assembler les concepts rencontrés, à les confronter les uns avec les autres, à les emboîter logiquement. Le rôle de l'animateur est donc primordial.

Les tableaux remplis seront très utiles pour compléter l'analyse macro-économique du jeu. L'animateur pourra s'appuyer sur ces histogrammes et graphiques pour expliquer une dernière fois les concepts.

Les pages qui suivent traitent d'ailleurs des principaux indicateurs économiques utilisés dans le jeu.

LES PRINCIPAUX INDICATEURS ECONOMIQUES

Pour cette section nous trouvons plus commode d'intégrer, pour chaque indicateur des éléments notionnels et des éléments pédagogiques.

Le P.N.B.

Le produit national brut est un indice qui n'est pas nécessairement parfait, Il peut contenir de nombreux pièges, car il est possible que des gens soient amenés à faire des interprétations fausses s'ils ne se fient qu'à lui.

Le P.N.B. est la valeur marchande de l'ensemble des biens et services produits par les résidents d'un pays au cours d'une année.

Le P.N.B. est exprimé en dollars courants. Il est donc gonflé de 10% si l'inflation est de 10%. Une économie peut donc voir son P.N.B. augmenter de 10% sans que sa valeur réelle ne croisse. Le P.N.B. donne une idée générale et vague de la situation économique dans son ensemble, mais il renseigne bien faiblement le citoyen non éclairé à son sujet.

Le P.N.B. inclut dans sa valeur ce qui a été détruit en partie dans le processus normal de production et que l'on appelle l'amortissement

L'amortissement

Dans le jeu, un P.N.B. de 140 000$. (la première année) cache 13 000$ de frais fixes, mais aussi un certain montant de pertes en produits périssables ou qui se détériorent. Il en est ainsi à chaque année.

Le P.N.B. n'est donc pas une mesure du bien-être d'une société.

Il peut augmenter beaucoup mais cela peut être dû à l'augmentation du nombre des travailleurs, aux dépenses de guerre, aux dépenses de dépollution, etc... Le P.N.B. cache donc beaucoup de lacunes.

De plus, dans la réalité comme dans le jeu, le P.N.B. ne reflète pas les disparités de revenus pas plus que le nombre de chômeurs.

Un feu qui ravage un hôpital et occasionne pour $10 millions de réparations aura autant d'effet sur le P.N.B. que la construction de deux nouvelles usines de $5 millions chacune.

Le P.N.B. ne rend pas compte non plus de la qualité de plus en plus douteuse de certains produits qui doivent être remplacés plus fréquemment.

Dans beaucoup de pays, le P.N.B. peut croître continuellement alors que le niveau de vie baisse, à cause du taux de natalité qui est très élevé.

Le niveau de vie per capita

Cet indicateur représente une moyenne de points consommés par habitant. Il se rapproche du revenu personnel disponible qui existe dans la réalité, mais il n'inclut pas la dimension épargne.

Le niveau de vie per capita est plus important que le P.N.B. car il reflète mieux la santé économique de la société. Cependant, il est lui aussi affecté par l'évolution de la population de même que par les écarts positifs ou négatifs entre les prix.

Le niveau de vie moyen cache aussi les écarts, souvent grands, entre les différentes classes sociales.

Le chômage

Cet indicateur est important dans nos économies. Dans le jeu, il indique que les capacités de production ne sont pas utilisées au maximum.

Un haut taux de chômage indique souvent un problème dans la demande globale dans une économie qui ne réussit pas à investir suffisamment pour donner à ses citoyens les outils de travail indispensables à la production.

L'inflation

C'est un autre indicateur économique. Il a été discuté antérieurement (année 2).

La main-d'oeuvre

Cet indicateur doit être utilisé pour montrer que le niveau de vie augmente souvent seulement parce que les gens ont plus d'argent et sans qu'il y ait nécessairement développement économique.

La main-d'oeuvre a aussi un effet à la hausse sur le P.N.B. ou sur le niveau des salaires si les travailleurs ne sont pas protégés.

Le volume de la production industrielle

Au début du jeu, le volume de la production industrielle est responsable de l'augmentation du P.N.B.

Son importance devient moins grande à mesure que les services se développent .

Cet indice permet de calculer le développement industriel et la productivité des travailleurs.

Dans le jeu, une augmentation rapide du volume de la production industrielle est due soit à un engagement massif de travailleurs, soit à une série d'investissements dans la machinerie ou dans l'innovation technologique.

ENGAGEMENTS VERBAUX ET ECRITS

A) - Définition des concepts

Nous entendons par engagements verbaux toutes les ententes non écrites qui sont prises entre agents économiques, qu'il s'agisse d'ententes entre ménages ou d'ententes entre entreprises et ménages.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Tous les participants sont concernés par cela.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Il est important que les gens se rendent compte que les engagements verbaux n'offrent aucune protection à ceux qui les contractent.

Souvent, l'animateur est pris à témoin ou appelé à trancher des cas litigieux. Il est à souhaiter que les participants prennent conscience que c'est à eux qu'incombe la responsabilité de sauvegarder leurs intérêts.

Quand un consommateur se demande s'il doit tenir parole, l'animateur ne doit pas décider à sa place. Il doit le laisser absolument libre d'agir à son gré, s'il n'y a aucun écrit qui entre en ligne de compte.

La raison de cette attitude est claire: qui l'animateur devra croire en cas de contradiction entre des parties? De plus est-ce que les termes de l'entente étaient clairs? Cette

entente n'a-t-elle pas été conclue suite à des informations erronées? Enfin, qui tire avantage de cette entente? Cette attitude devrait faire comprendre aux participants que tout doit être précisé dans une entente, que rien ne doit être sous-entendu.

Donc, seul un engagement complet et écrit aura force de loi dans le jeu même si le gouvernement n'existe pas.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Lors des retours-concepts, il est bon de relever les incidents de cet ordre. Par exemple, un employé qui a été remercié de ses services parce qu'il était sans contrat, des livraisons qui n'ont pas été faites alors qu'elles avaient été promises de vive voix, des employés de même entreprise qui sont payés différemment sans raison apparente, etc... Il faut alors faire ressortir que les ententes sont fréquemment incomplètes lorsqu'elles ne sont que verbales.

EDUCATION ET DEVELOPPEMENT

A) - Définition des concepts

La relation entre le développement et l'éducation est évidente à qui se donne la peine de considérer sérieusement la question.

Les québécois sont, pour leur part, relativement en retard, par rapport à d'autres économies, à cause de leur accès tardif à l'éducation. Les industries du Québec se sont démesurément développées dans des secteurs tels le cuir, la chaussure, les produits non-durables parce que la main-d'oeuvre était peu instruite, abondante et peu coûteuse; ce n'est pas seulement parce que les matières premières étaient abondantes. C'est pourquoi tous sont d'accord pour dire que la révolution tranquille des années 60 avec sa priorité à l'éducation constitue un tournant dans l'histoire du Québec par rapport à ses perspectives économiques.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ces concepts?

Dans le jeu, tous sont en mesure de profiter de l'éducation dès la première ou la deuxième année mais il n'est pas évident à première vue que ce sera rentable. Il faut que le temps se mette de la partie, c'est-à-dire que les premiers diplômés sortent de l'école pour que les gens réalisent qu'ils avaient la possibilité de faire instruire leur enfant et d'en tirer avantage.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

L'animateur doit pousser l'instigateur de l'école à faire sa publicité, à vendre son service, sans quoi cette initiative très importante risque de mourir dans l'oeuf.

La personne responsable doit faire connaître la feuille "avantages aux diplômés" à ceux qu'elle espère convaincre. Elle doit frapper aux portes avec insistance et revenir si elle a échoué la première fois.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept:

Le retour-concept de la dernière année doit traiter de cet investissement des ménages et de la société toute entière qui a des conséquences sociales et industrielles importantes.

Pourquoi le Québec a-t-il fait venir tellement d'ingénieurs, de professeurs spécialisés, de techniciens des pays étrangers? Pourquoi maintenant, nous demande-t-on les services.. de nos ingénieurs-électriciens à travers le monde?

L'éducation conduit à un changement de type de production et à la création d'une classe sociale qui a un pouvoir politique de plus en plus grand.

Dans le jeu, à quoi a conduit l'éducation? Y-a-t-il eu amélioration de la productivité suite à cette initiative?

LE POUVOIR DU CONSOMMATEUR

A) - Définition du concept--

Le pouvoir du consommateur est l'influence qu'il a sur la société en tant qu'agent économique.

B) - Remarques pédagogiques

1 - Qui s'intéresse à ce concept ?

Evidemment, ce sujet touche tous les participants car ils sont tous consommateurs.

2 - Interventions de l'animateur en cours de jeu:

Dans le contexte du jeu, le pouvoir de la concurrence monopolistique écrase souvent les consommateurs. Ces derniers, pour se protéger, cherchent soit à faire augmenter leurs salaires, soit à se lancer eux-mêmes dans la production de biens et de services, soit encore à freiner le pouvoir de l'entreprise privée par des lois.

3 - Suggestions à l'animateur pour le retour-concept :

Quoique théoriquement puissant, le consommateur a, dans nos sociétés, un pouvoir de plus en plus restreint. Sans l'existence de certaines lois pour le protéger, mais plus encore, sans une certaine prise de conscience de sa force et une certaine organisation, il n'a que peu de chance de tirer avantage des développements industriels.

Le consommateur Roi est une illusion issue de la théorie pure de l'offre et de la demande.

Le pouvoir que le consommateur s'est donné au niveau de son travail, c'est le syndicalisme.

Au dernier retour, il serait bon de discuter avec les participants de l'évolution du pouvoir des consommateurs dans le jeu. L'animateur pourrait les interroger sur les raisons qui les ont amenés à se rendre compte que le pouvoir n'est pas donné à personne, mais qu'il faudra se l'approprier.

LE POLITIQUE ET L'ECONOMIQUE

La politique et l'économique sont en étroite relation car l'économique étant préoccupée par l'utilisation la plus judicieuse possible des ressources rares pour en tirer la plus grande satisfaction face aux nombreux besoins de la société, il va sans dire que le pouvoir politique veut avoir droit au chapitre quant à la répartition des richesses dans cette société.

L'animateur devra démontrer qu'un pays peut produire beaucoup, mais que la société ne peut rester indifférente face au problème de la redistribution de cette richesse. La recherche de l'intérêt privé n'est pas toujours conciliable avec celle de l'intérêt public. Que l'on pense à celui qui, voulant faire beaucoup de profits, crée en contrepartie beaucoup de pollution dans une rivière et la condamne ainsi à devenir complètement insalubre d'ici 50 ans.

Pour un gouvernement, les choix qu'il doit faire à court et à long terme sont souvent inconciliables puisque les élections interviennent à court terme. Ainsi, qui ne serait pas défait s'il disait à ses électeurs que le pétrole coûtera plus cher afin que cesse le gaspillage de cette ressource rare. Pourtant des mesures pour qu'on utilise des formes renouvelables d'énergie sont rentables à long terme!

Actions et réactions des différents agents économiques, voilà ce qui constitue la toile de fond des relations et des échanges économiques.

Il existe bien des façons de construire des barrages, d'organiser des entreprises, de produire et de répartir la richesse.

Ce sont toujours des choix entre diverses possibilités qui seront débattus par la population, repris par les politiciens et soutenus par des idéologies et qui, quoique souvent contradictoires, auront toutes comme but de satisfaire à court ou à long terme, des besoins sans cesse croissants de l'homme.